

**JOANA MARIA OLIVEIRA
GONÇALVES**

**O WEB-DESIGN APLICADO AO
MARKETING SOCIAL DA FUNDAÇÃO
GALP ENERGIA**

Relatório de Estágio apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Marketing realizada sob a orientação científica da Doutora Ana Paula Queiroga Santos, Professora do IADE.

Dedico este trabalho às três pessoas que mais amo na vida e a quem devo tudo, a minha irmã Marta, Mãe e Pai.

o júri

Presidente

Prof. Doutor António João Aires Pimenta da Gama
professor auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa– Universitário

Doutor Daniel Raposo Martins
professor adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas, do Instituto Politécnico de Castelo-Branco

Doutor Nuno Miguel Lopes Tavares dos Santos Bernardo
Responsável pela Gestão da Identidade da Marca, da Galp Energia

Doutora Ana Paula Gonçalves Chouriço Henriques de Carvalho Queiroga Santos
professora auxiliar convidada do Instituto de Arte, Design e Empresa– Universitário

agradecimentos

Começo por agradecer à minha melhor amiga, a minha irmã Marta que desde sempre me incentivou a querer mais e a fazer melhor. Obrigada por todo o apoio, dedicação e amor. Apesar de mais nova é para mim um exemplo e um gigante orgulho.

Aos meus queridos pais, por me terem proporcionado a oportunidade de concretizar mais uma importante e grande etapa da minha vida. Obrigada pelo apoio e amor incondicional que me dão todos os dias, mas que para mim foi tão importante durante este percurso.

Ao André, meu namorado que nos momentos mais *stressantes* esteve sempre presente com uma boa piada para me fazer rir. Agradeço toda a compreensão, amor e motivação que me transmitiu nesta fase.

À Pidó, amiga sem igual, quero agradecer por me ter acompanhado nesta caminhada. A sua força e amizade foram e são para mim uma dádiva.

Ao João, pela sua amizade, difícil humor e generosidade que tão importantes e decisivos foram para a concretização deste projeto.

À Dra. Elsa, a minha primeira chefe, agradeço toda a sua disponibilidade, carinho e ensinamentos. A confiança que depositou em mim e a autonomia que me proporcionou tornou esta experiência bastante completa e enriquecedora, permitiu-me crescer e evoluir não só a nível profissional mas também, pessoal. Foi um gosto ter estado sob a sua orientação.

Aos meus colegas da Galp, pelo incrível acolhimento, amizade e partilha. Um obrigado especial ao mestre Shifu por todos os seus ensinamentos.

E por fim, à minha orientadora de mestrado, a professora Ana Paula Queiroga, um especial agradecimento por todo o apoio e dedicação. Pelas suas palavras de encorajamento e conselhos imprescindíveis que tão valiosos foram na conclusão desta etapa.

palavras-chave

Marketing Social, Web-Design, Fundação Galp Energia, campanhas de solidariedade, *internet*.

resumo

O presente relatório de estágio tem por objetivo, apresentar as atividades desenvolvidas ao longo de 9 meses na Fundação Galp Energia, no âmbito do Mestrado de Marketing realizado no IADE-U.

No decorrer do estágio, foi-me possível identificar vários temas de estudo relacionados com o Marketing Social. As atividades implementadas consistiram em campanhas de solidariedade e trabalhos de Web-Design aplicado às estratégias de Marketing Social da Fundação Galp Energia (FGE).

O contributo do estágio situa-se ao nível de melhorar a imagem da FGE, envolvendo e interagindo crescentemente com as diversas instituições.

Keywords

Social Marketing, Web-Design, Galp Energia Foundation, charity campaigns, internet.

abstract

The following internship report, aims to present the activities undertaken over 9 months in Galp Energia Foundation, under the Master of Marketing held at IADE-U. During the internship, I was able to identify several subjects of studies related to Social Marketing. The implemented activities were based on charity campaigns and Web-Design projects applied to the Galp Energia Foundation's (GEF) Social Marketing strategies. The purpose of the internship was the improvement of the GEF image, involving and interacting with the several institutions.

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE GERAL.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
ÍNDICE DE QUADROS	15
ÍNDICE DE ANEXOS.....	17
INTRODUÇÃO	21
CAPÍTULO 1 – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	23
1.1. O MARKETING SOCIAL.....	23
1.2. A APLICAÇÃO DO MARKETING SOCIAL.....	29
1.3. A <i>INTERNET</i> COMO DIFUSOR DE CAMPANHAS DE MARKETING SOCIAL.....	32
1.4. OS PRINCÍPIOS DO WEB-DESIGN	34
CAPÍTULO 2 – FUNDAÇÃO GALP ENERGIA.....	37
2.1. IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO	37
2.2. HISTÓRIA DA FUNDAÇÃO GALP ENERGIA	38
2.3. ÂMBITOS DE ATUAÇÃO	39
2.4. MISSÃO E VALORES	41
2.5. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	42
CAPÍTULO 3 – O ESTÁGIO	43
3.1. PROCESSO DE SELEÇÃO E INTEGRAÇÃO	43
3.2. PLANO DE ESTÁGIO	45
3.3. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	49
3.3.1. Desenvolvimento Social.....	49
3.3.1.1. Campanhas dirigidas a IPSSs.....	49
3.3.1.2. Parcerias Sociais	61

3.3.2. Energia e Ambiente	66
3.3.3. Cultura	68
3.3.4. Outros projetos	78
CONCLUSÃO	91
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
ANEXOS.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Torres da Galp Energia	37
Figura 2: Logotipo da Fundação da Galp Energia.....	37
Figura 3: Campanha Entidade do Mês	49
Figura 4: Campanha Energia Solidária – Doações	53
Figura 5: Sala da sesta da IPSS “O Sonho”	56
Figura 6: Sala de atividades da IPSS “O Sonho”	56
Figura 7: Etiqueta do dia da Criança	57
Figura 8: Imagem do espetáculo “O Pedro e o Lobo”	58
Figura 9: Etiqueta de Natal.....	59
Figura 10: Pormenor do balão da Fundação	60
Figura 11: Presentes embrulhados.....	60
Figura 12: Conjuntos de materiais oferecidos aos alunos	61
Figura 13: Voluntários em Lisboa.....	63
Figura 14: Voluntários a transportar as novas mesas.....	64
Figura 15: Cartaz da exposição	66
Figura 16: Memória descritiva do projeto.....	67
Figura 17: Vista em 3D, perspectiva de Telheiras	67
Figura 18: As onze cadeiras	68
Figura 19: Os dois primeiros livros da coleção	70
Figura 20: Seção fotográfica de uma das obras	71
Figura 21: Sala D. João VI antes	73
Figura 22: Sala D. João VI depois.....	73
Figura 23: Cartaz promocional	75
Figura 24: Ciclo Jazz Galp	76
Figura 25: Os doze números seleccionados	77
Figura 26: Antigos âmbitos de atuação da FGE	78
Figura 27: Novos âmbitos de atuação da FGE.....	79
Figura 28: Antiga imagem de apresentação da FGE.....	81
Figura 29: Nova imagem de apresentação da FGE.....	82

Figura 30: Nova imagem das “Atividades da Fundação”83

ÍNDICE DE QUADROS

QUADRO 1 - Entidades abrangidas pela campanha Energia Solidária...50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Página da Entidade do Mês	101
Anexo 2 - Planeamento da Campanha Energia Solidária	104
Anexo 3 - Monofolha da divulgação da campanha	105
Anexo 4 - <i>Banner</i> da Campanha Energia Solidária	105
Anexo 5 - Ficheiro <i>excel</i> das candidaturas (Campanha Energia Solidária - Doações 2014)	106
Anexo 6 - Notícia do Jornal Económico (Cabazes de Natal)	109
Anexo 7 - Reportagem do Correio da Manhã TV (recuperação do Centro Social dos Anjos)	110
Anexo 8 - Notícia do Diário de Notícias (Exposição virtual da Ponte sobre a Segunda Circular)	111
Anexo 9 - Galeria Art On Chairs (Intranet)	112
Anexo 10 - Sinopse do livro "O Nosso Tempo"	115
Anexo 11 - Sinopse do livro "A História da Refinação em Portugal"	122
Anexo 12 - Galeria Virtual dos "Quadros e Tapeçarias"	128
Anexo 13 - "Galeria Virtual de "Outras Obras de Arte"	129
Anexo 14 - Passatempo CD Casa da Música	130
Anexo 15 - Propostas de alterações a fazer no <i>site</i> da FGE	131
Anexo 16 - Vídeo de apresentação do novo <i>site</i> da FGE	132
Anexo 17 - Apresentação da Fundação Galp Energia	133

DEPOIMENTO

Quando a Joana Gonçalves iniciou o seu estágio na Fundação Galp Energia, o principal projeto que tínhamos para lhe propor era o de acompanhar a reestruturação profunda da página de *internet* da Fundação que iríamos levar a cabo. Tínhamos previsto que nos ajudasse na vertente gráfica, com vista a tornar o *site* mais apelativo visualmente e no tratamento de imagem de algumas peças de comunicação.

No decorrer dos trabalhos, foi apresentando ideias e propostas concretas que foram sendo muito bem aceites e implementadas. Desse modo, à medida que foi ganhando maior confiança e à-vontade com as ferramentas, foi obtendo maior autonomia e atribuições acabando por acompanhar e ficar responsável por uma muito maior abrangência de temas face aos inicialmente previstos, dos quais se destacam:

- Colaboração na definição e implementação de um plano de comunicação digital da Fundação;
- Desenvolvimento de Projetos digitais da Fundação Galp Energia.

Durante os 9 meses em que desenvolveu o seu estágio na Fundação, demonstrou grande flexibilidade e capacidade de adaptação e revelou estar à altura dos desafios e responsabilidades que lhe foram sendo propostos.

É dedicada, profissional e cumpridora. Integrou-se muito facilmente na Fundação e no contexto da Galp Energia. Trabalha em equipa de forma excecional, revelando uma capacidade de relacionamento fora do comum. Adicionalmente revela forte espírito de iniciativa, apresentando frequentemente sugestões e soluções para as situações e problemáticas que vão surgindo no dia-a-dia.

Destaco ainda o facto de ser uma pessoa de grande generosidade e solidariedade para com todos os colegas tendo sempre oferecido ajuda e disponibilidade em fases críticas de trabalho.

Foi uma estagiária marcante que tive muito gosto em orientar e acompanhar e que nos deixou muitas saudades!

Elsa Bebiano

INTRODUÇÃO

No âmbito da conclusão do meu Mestrado de Marketing, optei pela realização de um estágio curricular, por considerar ser uma oportunidade única de melhorar a minha formação, ajudando-me a consolidar as bases teóricas adquiridas e, permitindo-me evoluir positivamente na construção de uma carreira profissional de sucesso.

Atendendo a que sou licenciada em Design, decidi conjugar as valências adquiridas em ambos os graus académicos e aplicá-las numa empresa real. Foram estas as motivações que me levaram a aceitar a oportunidade de estagiar na Fundação Galp Energia.

O presente relatório tem como tema “O Web-Design aplicado ao Marketing Social da Fundação Galp Energia” e descreve as atividades desenvolvidas no decorrer do meu estágio e a minha integração no ambiente de trabalho e na vida ativa da Fundação.

No primeiro capítulo será feita uma revisão bibliográfica sobre os pilares em que assenta o tema do relatório: o Marketing Social e sua aplicação; a *Internet* como difusora de campanhas de Marketing Social; e os princípios do Web-Design para a formulação de campanhas sociais.

No segundo capítulo, será dada uma visão geral sobre a Fundação Galp Energia, onde será apresentada a história da mesma, os seus âmbitos de atuação (Desenvolvimento Social, Energia e Ambiente e Cultura), a sua missão e valores, e assim como a sua estrutura organizacional.

Já no terceiro capítulo, de forma a refletir o trabalho desenvolvido na Fundação irão ser apresentados os principais elementos do estágio, tais como: o processo de seleção e integração na Fundação; o plano de estágio a cumprir; e as atividades desenvolvidas, que passaram pela renovação da imagem da Fundação e por iniciativas que vão ao encontro dos diferentes âmbitos de atuação da mesma.

Por fim, na conclusão será realizado um balanço de todo o estágio curricular e a síntese da aplicação prática do tema escolhido ao dia-a-dia de uma organização tão relevante para a garantia do bem-estar da sociedade, como é a Fundação Galp Energia.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

1.1. O MARKETING SOCIAL

O Marketing pode ser definido como um conjunto de atividades organizadas de forma sistemática numa empresa, com ou sem fins lucrativos, por todos que a constituem. (Oliveira, 2007)

O Marketing Social é um tipo de Marketing que se baseia em muitas outras ciências, tais como a psicologia, sociologia, antropologia e comunicação para entender como influenciar o comportamento das pessoas (Kotler e Zaltman, 1971). Tal como o Marketing, o Marketing Social satisfaz um processo de planeamento lógico que envolve pesquisa orientada para o consumidor, análise de marketing, segmentação de mercado, definição de objetivos e a identificação de estratégias e táticas. Este baseia-se na transferência voluntária de custos e benefícios entre duas ou mais partes (Kotler e Zaltman, 1971).

No entanto, a prática de Marketing Social pode tornar-se mais desafiante do que a do próprio Marketing uma vez que envolve a alteração de comportamentos difíceis de corrigir, principalmente em climas económicos, sociais e políticos complexos, e por vezes com recursos muito limitados (Lefebvre e Flora, 1988). Além disso, enquanto que para o Marketing o objetivo principal é satisfazer as necessidades dos seus *shareholders*, tendo em vista um fim financeiro, para o Marketing Social é o “bem social”, que passa pela satisfação do mais importante objetivo da sociedade, que é o de melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos. Segundo A. Truss (2010) cada vez mais esta prática tem sido descrita como sendo alicerçada nas bases fundamentais das ciências sociais e políticas e nas práticas de marketing nos setores comercial e público.

O Marketing Social foi evoluindo em paralelo com o Marketing Comercial. Nas décadas de 50 e 60 do século XX, os profissionais de

marketing consideraram o potencial e as limitações da aplicação do marketing a novas ciências, como a política ou a social. Um exemplo disto ocorreu no ano de 1951 quando Gerhard Wiebe questionou se "a fraternidade poderia ser vendida como um sabão?", sugerindo também que quanto mais uma campanha de mudança social se assemelhava à de uma de marketing comercial, maior seria a sua probabilidade de sucesso.

Na realidade, Paul Bloom, Karen Fox, Dick Manoff e Bill Novelli foram algumas das personalidades que estavam já na altura, durante a década de 60 do séc. XX, a explorar o marketing social. Programas de planeamento familiar que anteriormente só eram feitos em clínicas, tentaram uma abordagem de distribuição de contraceptivos em farmácias e pequenas lojas, ou até projetos de reidratação oral em África, são alguns exemplos da prática de marketing social que surgiram durante a década de 1960, como parte de esforços internacionais de desenvolvimento no Terceiro Mundo e países em desenvolvimento (Manoff 1985, Walsh et al 1993). Estas iniciativas começaram a ser implementadas com base em técnicas de marketing, tais como a segmentação do público e a comunicação em massa, e acabaram por se revelar importantes para a aplicação do marketing social à empresa.

Em 1971, nos Estados Unidos da América, Philip Kotler e Gerald Zaltman publicaram o artigo "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change" no "Journal of Marketing" no qual aplicaram, pela primeira vez, o conceito de Marketing Social, defendendo que os mesmos princípios de marketing que eram usados para vender produtos aos consumidores, poderiam ser usados para "vender" ideias, atitudes e comportamentos. Definiram então Marketing Social como um processo de "criação, implementação e controlo de programas, implementados para influenciar a aceitabilidade de ideias sociais e envolvendo

considerações relativas ao planeamento, preço, comunicação, distribuição e pesquisa de marketing do produto”. (p. 5)

No entanto, para muitos, a ideia de expandir a aplicação do marketing ao desenvolvimento de causas sociais era inaceitável. Por exemplo, Luck (1974) opôs-se a esta ideia alegando que a substituição de um produto tangível por uma ideia ou conjunto de valores, ameaçava o conceito de troca económica e que o conceito de marketing deveria ser apenas aplicado ao mundo empresarial. Outros temiam o poder do marketing em relação ao seu potencial não-ético para controlo social e propaganda, ao permitir a um grupo influenciar a opinião pública (Laczniak, Lusch e Murphy, 1979). Apesar destas preocupações, o conceito de marketing foi redefinido para incluir a comercialização de ideias e a consideração das respectivas implicações éticas (MacFadyen et. al, 1999).

Na década de 1980, os profissionais de marketing já não se questionavam se o marketing deveria ser aplicado a questões sociais, mas como isso deveria ser feito. Durante este período, os profissionais da área compartilharam as suas experiências para o desenvolvimento de teorias e práticas de marketing social (Ling et al 1992). Fox e Kotler (1980) avaliaram os primeiros dez anos da prática do marketing social, como uma forma de avaliar a alteração da conduta da sociedade e deram conta das dificuldades de avaliação dos resultados desta prática no artigo “The Marketing of Social Causes: The First 10 Years”. Bloom (1980) explorou a avaliação de projetos de marketing social e descobriu que muitos estudos foram mal concebidos e realizados, o que levou a que em 1981, Bloom e Novelli publicassem um artigo no “Journal of Marketing” onde reviram a primeira década de marketing social e defenderam que deveriam ser feitas mais pesquisas para dissipar as críticas de que o marketing social carecia de rigor na aplicação dos princípios de marketing, em áreas como a pesquisa, segmentação e canais de distribuição. Estes autores, identificaram a necessidade de

pesquisa para examinar a segmentação do público, a escolha de canais de mídia e a criação de recursos, implementação de questões estratégicas de posicionamento a longo prazo, e de organização e de gestão (Bloom e Novelli, 1981). Kotler e Roberto (1989) lançaram o livro "Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior" no qual referiram a necessidade de aplicar os princípios de marketing para promover a mudança social

Na década de 1990, Seymour H. Fine (1990) lançou o livro "Social Marketing: Promoting the Causes of Public and Nonprofit Agencies" no qual introduziu o marketing social como uma metodologia lógica do marketing para a divulgação de ideias. No ano seguinte, Kotler e Andreasen (1991) definiram marketing social como diferente de outras áreas de marketing apenas no que diz respeito aos objetivos do comerciante e da respectiva organização. O marketing social procura influenciar comportamentos sociais não para beneficiar o comerciante, mas para beneficiar o público-alvo e a sociedade em geral. Em 1992, na "American Psychologist" é publicado um artigo onde é exposto um modelo para a obtenção de mudanças sociais por Prochaska, DiClemente e Norcross que, foi considerado por Kotler, Roberto e Lee (2002) como o mais útil modelo desenvolvido até então. Andreasen (1994) publica no "Journal of Public Policy & Marketing" um artigo no qual discute que o marketing social tinha sido definido impropriamente, em grande parte das obras literárias até então publicadas, e posiciona o marketing social como a aplicação de tecnologias de marketing comercial à análise, planeamento, execução e avaliação de programas destinados a influenciar o comportamento voluntário de públicos-alvo, a fim de melhorar o seu bem-estar pessoal e o da sociedade. No ano seguinte, Andreasen (1995), publica o livro "Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment" onde propõe a aplicação de técnicas e princípios de marketing para alcançar mudanças comportamentais, mostra que uma

mudança social efetiva começa com uma compreensão meticulosa das necessidades, desejos e percepções do público-alvo que tem o controlo final sobre os resultados. Albretch (1997) advoga que os diversos pesquisadores e autores começam a chegar a acordo, passados cerca de vinte anos, relativamente às diferentes definições de “marketing social”.

Na década de 2000, Andreasen (2002) publica um artigo no “Journal of Public Policy & Marketing” no qual defende que, apesar da evolução do marketing social, para um maior crescimento seria necessário aplicar a prática de marketing ao marketing social para enfatizar o facto de este ser a melhor opção de ação para influenciar a mudança social. Hastings (2003) defende ser necessário o uso do paradigma de marketing relacional para o sucesso nas práticas de marketing social, num artigo no “Journal of Macromarketing”. Em 2007, a American Marketing Association reconhece a importância da relação entre o marketing e a sociedade ao definir que marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para a criação, comunicação, entrega e troca de ofertas que tenham valor para clientes, parceiros e para a sociedade em geral. Nesse mesmo ano, Stead, Gordon, Angus e McDermott (2007) concluem no trabalho de pesquisa “A systematic review of social marketing effectiveness” que intervenções que adoptam os princípios de marketing social podem ser eficazes quando aplicadas a diversos comportamentos, com diferentes públicos-alvo, em diferentes contextos e podem influenciar políticas e práticas profissionais, assim como indivíduos. Desai (2009) publica na “Social Marketing Quarterly” um artigo no qual estabelece a relação entre o marketing relacional e o marketing social, evidenciando a criação de valor por parte do público-alvo, em tempos de Web 2.0. Uhrig, Bann, Williams e Evans (2010) publicam no mesmo jornal académico um estudo, no qual sustentam a crescente aceitação de utilizadores de páginas de *internet* e de redes sociais para receber informações sobre programas sociais.

Atualmente, existem várias definições que posicionam o marketing social como o uso dos princípios e técnicas de marketing para influenciar o público-alvo a, voluntariamente, aceitar, rejeitar, modificar ou abandonar um comportamento para o benefício de indivíduos, grupos ou da sociedade como um todo (Kotler e Lee, 2008); como programas em larga escala com foco na mudança comportamental (Lefebvre e Flora, 1988); como o planejamento e implementação de programas delineados para a consecução de mudança social usando conceitos advindos do marketing comercial (Andreasen, 1995); ou ainda como “[...] a gestão estratégica do processo de introdução de inovações sociais a partir da adoção de conhecimentos, atitudes e práticas individuais e colectivas orientadas por preceitos éticos, fundamentados nos direitos humanos e na equidade social”. (Schiavo, 1999, p. 29)

Recentemente, a 5 de Outubro de 2013, ocorreu o Consensus Definition of Social Marketing. Neste Consensus, a ISMA (International Social Marketing Association), a ESMA (European Social Marketing Association) e a AASM (Australian Association of Social Marketing), com o intuito de ajudar a construir uma narrativa comum que poderia ser utilizada pelas associações de apoio para promover o Marketing Social como um componente central valioso de programas sociais destinados a melhorar a condição humana, definiu Marketing Social procura desenvolver e integrar os conceitos de marketing com outras abordagens para influenciar comportamentos que beneficiem os indivíduos e as comunidades para um maior bem social. A prática de Marketing Social é orientada por princípios éticos. Esta procura integrar a investigação, as melhores práticas, teoria, audiências e conhecimento prático de parcerias, de modo a informar a existência de programas que são sensíveis em termos de concorrência e de mudança da segmentação social que sejam eficazes, eficientes, equitativos e sustentáveis.

1.2. A APLICAÇÃO DO MARKETING SOCIAL

Tendo por base Manica (s.d.) posso afirmar que hoje em dia, a constante e rápida evolução do Mundo em termos políticos, económicos, sociais, tecnológicos, legais e ambientais faz com que as pessoas, principalmente como consumidores, anseiem por novos produtos, novos hábitos e novas oportunidades, pois as suas expectativas assim como as suas necessidades são cada vez mais e mais difíceis de satisfazer. Estas mudanças todavia não podem passar despercebidas ao marketing e, quando se trata de responsabilidade social, não podem passar despercebidas ao marketing social pois as organizações que queiram continuar a ser aceites pelos seus clientes, têm que aspirar e partilhar os mesmos valores.

Relativamente ao marketing social, de acordo com o mesmo autor, a maior dificuldade das organizações é identificar qual a causa de interesse social mais importante para o seu público-alvo e que seja coerente com os valores e missão da mesma. É nesta situação que o marketing social se apresenta como uma solução que, quando aplicada, pode ajudar as organizações a construir uma vantagem competitiva e a acrescentar valor à sua imagem a longo prazo. Para tal, uma forma de fomentar a mudança social que promova o bem-estar dos indivíduos e da sociedade em geral é o grande desafio das campanhas sociais e o fim principal do marketing social. Para as organizações o marketing social permite atingir o público-alvo, percebendo como o pode influenciar da forma mais eficaz e quando as campanhas são devidamente geridas permite uma mudança no comportamento das pessoas.

Para tal, para uma boa gestão da campanha é necessária a correta definição e entendimento do problema, o estabelecimento dos objetivos a atingir e a identificação do público-alvo e respectivas percepções relativas ao problema. Posteriormente devem escolher-se as estratégias

mais apropriadas a adotar para a solução do problema. Quando escolhidas, as estratégias devem ser implementadas e finalmente avaliado todo o trabalho realizado. Posto isto, este processo deve ser desempenhado constantemente pois, se uma campanha de marketing social visa a mudança de comportamento de longo prazo na comunidade, então realmente nunca poderá terminar (Community Tool Box, 2014).

Pode-se então definir uma campanha ou programa de marketing social como contendo os seguintes elementos: a orientação para o consumidor (Lefebvre e Flora 1988, Andreasen 1995), uma troca (Lefebvre e Flora 1988, Lefebvre 1996, Leathar e Hastings 1987) e uma perspectiva de planeamento a longo prazo (Andreasen 1995).

A orientação para o consumidor é, provavelmente, o elemento-chave de todas as formas de marketing (Kotler et al., 1996). No marketing social não é exceção pois é considerado como um participante ativo no processo de mudança. O profissional de marketing social procura construir uma relação com o público-alvo ao longo do tempo e o seu contributo é solicitado em todas as fases do desenvolvimento do programa através da formação, processo e avaliação.

O marketing social não partilha apenas com o marketing a filosofia subjacente à orientação para o consumidor, mas também o seu mecanismo-chave, a troca (Kotler e Zaltman, 1971). Estes autores argumentaram também que o marketing não ocorre a menos que haja duas ou mais partes, cada uma com alguma coisa para trocar, e ambas capazes de comunicar e de distribuir.

Troca é definida como uma transação de recursos ou valores entre duas ou mais partes com a expectativa de alguns benefícios. A motivação para se envolver numa troca é satisfazer as suas necessidades (Houston e Gassenheimer, 1987). Esta é facilmente entendida como a troca de bens por dinheiro. O marketing social dá

ênfase ao comportamento voluntário e para facilitar as trocas voluntárias, os profissionais de marketing social têm que oferecer às pessoas algo que estas realmente queiram. Desta forma, os consumidores podem identificar os benefícios que são associados a uma mudança de comportamento particular, facilitando, assim o processo de mudança.

Como no marketing, o marketing social deve ter uma visão a longo prazo com base em programas contínuos, em vez de campanhas pontuais. Deve ser estratégico em vez de tático. É por isso que a função de planeamento de marketing tem sido um tema constante nas definições de marketing social, como é o caso de Kotler (1971) e de Andreasen (1995).

Segundo MacFadyen et. al. (1999), o processo de planeamento de marketing social é o mesmo que em marketing. Começa e termina com a pesquisa, e a pesquisa é conduzida totalmente para informar o desenvolvimento da estratégia. A análise do mercado interno e externo e a do consumidor são realizadas em primeiro lugar, sendo necessárias mais pesquisas para definir o problema, estabelecer objetivos para o programa e para informar a formulação da estratégia de marketing. Os elementos do mix de marketing social são, então, desenvolvidos e testados, antes de serem implementados. Por fim, o sucesso relativo do plano é monitorizado e os resultados avaliados.

1.3. A *INTERNET* COMO DIFUSOR DE CAMPANHAS DE MARKETING SOCIAL

Embora os meios de comunicação social convencionais, como a televisão, rádio e imprensa escrita, não estejam perto de se tornar obsoletos (Bernhardt et al., 2009), as páginas de *internet* são cada vez mais usadas pelos profissionais de marketing, para a divulgação de campanhas de marketing social, para atingir e envolver o público-alvo e até mesmo permitir-lhes desempenhar um papel na forma como recebem as mensagens transmitidas pelas organizações (Parise e Guinan, 2008).

De entre as vantagens deste canal de distribuição é importante destacar que a divulgação de campanhas sociais, a partir de páginas de *internet* é muito mais eficiente em termos de custo do que o uso do tradicional mix de meios de comunicação social. Estas podem ser vistas por milhões de pessoas ao mesmo tempo, estando exibidas permanentemente, enquanto na televisão ou rádio geralmente duram menos de dois minutos e são difundidas um número limitado de vezes por dia. Para além disso, a *internet* facilita a verdadeira comunicação entre o público-alvo das campanhas sociais e as organizações e estas através do seu feedback podem fazer pesquisas e usar estatísticas de modo a ajustar as suas campanhas para maximizar a sua eficácia. Do mesmo modo, a tecnologia de gravadores de vídeo digital (DVR) tornou hoje em dia mais fácil para os telespectadores evitarem publicidade, reduzindo drasticamente o impacto deste meio de comunicação tradicional. Também avanços no rádio de satélite e de *internet*, bem como nos leitores de música pessoais, têm diminuído o alcance de audiências de rádio, ao oferecerem aos ouvintes uma ampla gama de opções (Nadaraja & Yazdanifard, s.d.).

Uma das grandes apostas das organizações para divulgar as suas iniciativas de foro social são as suas próprias páginas de *internet* institucionais. Posto isto, é necessário que as organizações estejam

conscientes que 75% dos utilizadores de *internet* admitem fazer julgamentos sobre a credibilidade de uma organização baseando-se no design da sua página de *internet* (Fogg et. al, 2003) e ainda que, apesar de poder não ser surpreendente, a estética é um factor decisivo para captar a atenção dos utilizadores online e pode-se revelar surpreendente o quão rápido estes utilizadores decidem se gostam ou não da página de *internet*. De facto, não demora mais que metade de um segundo (50 a 500 milissegundos) para os utilizadores formarem uma opinião sobre a mesma (Reinecke, Yeh, Miratrix, Mardiko, Zhao, Liu, & Gajos, 2013). Também é importante para as organizações estarem cientes que as páginas de *internet* que são reconhecidas como tendo uma boa aparência são também reconhecidas como sendo úteis (Lindgaard, Fernandes, Dudek, & Brown, 2006) e fidedignas (Lindgaard, Dudek, Sen, Sumegi, & Noonan, 2011) e que a cor influencia a confiabilidade transmitida ao utilizador (Cyr, Head, & Larios, 2010).

1.4. OS PRINCÍPIOS DO WEB-DESIGN

O Web Design desempenha um papel fundamental ao ajudar as organizações a transmitir nas suas páginas de *internet* uma imagem credível, transparente e profissional, reveladora dos seus valores e missão que certamente irá aproximar os seus utilizadores aos seus projetos e ajudar na difusão das suas iniciativas sociais.

Para que o Web Design tenha sucesso no objetivo anteriormente estabelecido, a construção ou reformulação de uma página de *internet* tem que obedecer a certos critérios. Tendo por base Beaird (2007) é importante ter em atenção a cor, a escolha do tipo de letra, imagens e gráficos e a complexidade, usabilidade, clareza e consistência da página de *internet*.

Para o conteúdo de uma página de *internet* ser útil para o seu utilizador, este deve ser relevante e estar atualizado, claro e completo (Muylle, Moenaert & Despontin, 2002). A linguagem utilizada deve ser personalizada para o seu público-alvo (Agarwal & Venkatesh, 2002) e quando a conexão é iniciada deve ser rápida, intuitiva e estruturada (Muylle, Moenaert & Despontin, 2002).

Relativamente à aparência da página de *internet* é importante para captar a atenção do utilizador o uso da cor (Cyr, Head & Larios, 2010), elemento fundamental na transmissão da personalidade da empresa ou marca. Esta tem um grande peso emocional (Kim & Moon, 1998) portanto é importante escolher cores com que os utilizadores se identifiquem.

No que diz respeito à escolha de imagens e gráficos é importante que estes mostrem com a melhor luminosidade possível e clareza a organização, suas iniciativas e projetos em que esta está envolvida. Este factor revela-se importante pois “uma imagem vale mais que mil palavras” (Confúcio, 470 a.C.) e representa um papel fundamental na aparência e sensação da página de *internet*. O uso de imagens

humanas, reveladoras de uma presença social ativa (Cyr, Head, Larios & Pan, 2009), de rostos de pessoas (Djamasbi, Siegel & Tullis, 2010) e o facto de estas serem de excelente qualidade (Djamasbi, Siegel & Tullis, 2012) são a melhor opção para atrair a atenção dos utilizadores.

Em relação aos tipos de letra da página de *internet* devem também ser baseados na marca da empresa, o que leva a que muitas organizações criem o seu próprio tipo de letra, revelador da sua identidade e dos sentimentos que querem transmitir. Além disso, os textos devem ser fáceis de ler e breves. É importante também que exista na página de *internet* uma barra de pesquisa (Djamasbi, Siegel & Tullis, 2012).

Relativamente à complexidade do layout, deve-se tentar que o *design* seja simples mas não tão simples que faça com que não seja atractiva. É importante também que a página de *internet* seja intuitiva e “amiga” do utilizador. A navegação deve ser directa (Muylle, Rudy & Despontin, 2002) e o *design* deve ser criado com base na forma como os utilizadores vão interagir com a página de *internet*. Todas as imagens e gráficos devem, de forma clara, ser necessários e estar de acordo com a informação transmitida. Finalmente todos os elementos do *design* como a cor, o tipo de letra, o estilo dos botões, ou até o tamanho dos títulos, devem estar em sintonia e ser consistentes (Jason Beaird, 2007).

Em síntese, as inúmeras vantagens da *Internet*, referidas anteriormente, enquanto difusora de campanhas de Marketing Social), bem como, os seus custos competitivos, permitindo às organizações a utilização da sua página de *internet* na divulgação de campanhas sociais, o rápido alcance a um maior número de pessoas, e a facilidade de uma maior comunicação entre ambas as partes, aliadas aos princípios do *web-design*, faz com que seja importante para as organizações estarem cientes que a conjugação da qualidade da informação visual, com a da navegação e do *design* da página de *internet*, faz aumentar a lealdade e

confiabilidade dos seus utilizadores (Cyr, 2013). Para além disso, permitirá atrair a atenção do público-alvo e da sociedade em geral, causando uma maior sensibilização para as causas das campanhas lançadas.

CAPÍTULO 2 – FUNDAÇÃO GALP ENERGIA

A Fundação Galp Energia será a empresa que me acolherá no meu estágio e que por isso passo caracterizar.

2.1. IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO



Figura 1: Torres da Galp Energia

A Fundação Galp Energia tem sede em Portugal, em Lisboa, (Figura 1) sendo atualmente representada pelo seguinte logotipo. (Figura 2).



Figura 2: Logotipo da Fundação da Galp Energia

2.2. HISTÓRIA DA FUNDAÇÃO GALP ENERGIA

Tendo em conta a informação disponível na página de *internet* da FGE, a Galp Energia, ciente do seu papel e responsabilidade social, tem vindo a desenvolver no decurso dos anos uma atividade mecenática através do apoio a vários projetos de cariz social, cultural, desportivo e solidário. Na sequência deste empenho e com o desejo de aprofundar este tipo de ação através de uma resposta mais abrangente e concertada, a Galp Energia promoveu a constituição de uma Fundação, distinta de si própria e exclusivamente sem fins lucrativos.

A Fundação Galp Energia foi oficialmente fundada em janeiro de 2009 pela Galp Energia e foca-se essencialmente na área do mecenato, com o intuito de divulgar e desenvolver a intervenção do Grupo Galp Energia em áreas como a ambiental, cultural, educativa e científica, promover a conservação do património histórico e tecnológico do setor energético assim como participar em projetos de investigação em Energia e também desenvolver iniciativas que minimizem o impacto da atividade energética no ambiente.

São empresas fundadoras da Fundação Galp Energia: a Galp Energia, S.G.P.S., S.A.; a Galp Exploração e Produção Petrolífera, S.A.; a Petróleos de Portugal – Petrogal, SA; a Galp Gás Natural, S.A.; a Galp Power, S.A.; e a Galp Energia, S.A..

2.3. ÂMBITOS DE ATUAÇÃO

Os três grandes domínios de atividade da Fundação Galp Energia, de acordo com a informação na sua página de *internet*, são: o Desenvolvimento Social, que assenta no apoio à emergência social; a Energia e Ambiente, assente na sua promoção e conservação assim como na promoção da mobilidade urbana sustentável; e a Cultura, expressa através de várias iniciativas que têm o objetivo de apoiar as artes, assim como a valorização do património histórico e artístico.

No domínio da Energia e Ambiente, são efetuadas ações de investigação, recuperação, preservação e divulgação do património histórico e industrial do setor energético. É também importante realçar as ações de sensibilização junto da população relativamente à preservação do ambiente, assim como a promoção de uma cultura de saúde e desporto na comunidade. Um excelente exemplo, é a construção da ponte pedonal e ciclável sobre a Segunda Circular que promove a mobilidade sustentável.

Com o intuito de se tornar num agente de mudança social, promovendo e cimentando valores ecológicos, a Fundação Galp Energia está empenhada no fomento de ações de sensibilização em educação do ambiente, bem como em auxiliar a preservação e valorização de espécies protegidas ou em risco de extinção. Além destes esforços são levadas a cabo ações impulsionadoras da alteração de comportamentos na comunidade, com especial interesse na mobilidade urbana sustentável. Preocupada com as questões da eficiência energética e sustentabilidade ambiental, a Fundação Galp Energia procura sensibilizar a população, começando pelos mais jovens, para a necessidade de um ambiente mais saudável.

Na área da Cultura, as atividades da Fundação Galp Energia tem como objetivos a recuperação e preservação do património histórico

nacional, material ou imaterial, a promoção das artes e a organização de eventos culturais.

2.4. MISSÃO E VALORES

Ainda de acordo com a informação disponível na página de *internet* da FGE, para concretizar o seu sonho, a Fundação Galp Energia tem três linhas mestras que a guiam, assentes em três princípios: a Equidade, a Racionalidade e a Eficácia Operacional. Estes princípios aplicam-se não só à utilização e aplicação dos meios que o Grupo Galp Energia põe à disposição da Fundação mas também no papel proativo e próximo que esta deseja ter junto da Comunidade.

A missão da Fundação Galp Energia é servir a comunidade e o seu desenvolvimento sustentado, intervindo no âmbito da Cidadania e Responsabilidade Social.

A Fundação responde igualmente a outros desafios como a optimização fiscal dos apoios concedidos, a aproximação da Galp Energia à sociedade civil, a melhoria da imagem e reputação do Grupo Galp Energia, assim como a optimização dos recursos disponíveis.

O facto da Fundação ter adquirido o Estatuto de Entidade Pública, possibilita a obtenção de vantagens fiscais, isenção de alguns géneros de taxas e impostos assim como garante a credibilidade da Fundação e do Grupo Galp Energia junto da Comunidade.

2.5. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Considerando a informação facultada pela tutora de estágio, Dra. Elsa Bebiano, a equipa operacional da Fundação, que materializa as orientações recebidas pelo seu Conselho de Administração através do plano de atividades anual, tem vindo a ser constituída, normalmente, por 4 pessoas (um Diretor e três técnicos - estagiários). Os técnicos, de formações distintas (Marketing, Ciências Sociais, Gestão, etc.) permitem à Fundação dispor de uma equipa multidisciplinar e dinâmica.

Em simultâneo, a Fundação permite a estes jovens um aprofundamento da sua formação teórica e uma integração no ambiente de trabalho, com formação *on the job* e aquisição de experiência profissional.

Estando inserida no Grupo de Galp Energia, a Fundação dispõe ainda, no desenvolvimento da sua atividade, de serviços prestados por áreas cooperativas da empresa (Contabilidade, Fiscalidade, Serviços jurídicos, Marketing, etc.).

CAPÍTULO 3 – O ESTÁGIO

3.1. PROCESSO DE SELEÇÃO E INTEGRAÇÃO

Desde que me inscrevi no mestrado de Marketing no IADE que é minha intenção terminá-lo com um estágio numa empresa. Na minha opinião um estágio é a melhor preparação para a vida profissional que podemos ter enquanto estudantes; isto porque somos confrontados com situações da vida real que requerem respostas imediatas e em que temos tudo a provar. Se eventualmente falharmos em algo, somos responsabilizados pelo erro, somos forçados a resolver a situação de modo a minimizar as consequências que poderão afetar negativamente a empresa em questão. É portanto, uma enorme responsabilidade, uma fantástica preparação e forma de aplicar as bases teóricas aprendidas em aula na vida real, mais concretamente na vida profissional.

Antes de escolher a empresa onde iria fazer o estágio tive em conta alguns critérios que considero importantes:

- ser uma empresa com campanhas de elevada visibilidade;
- que tivesse um papel ativo na sociedade;
- que tivesse um grande envolvimento em ações de solidariedade;
- que fosse uma empresa já internacionalizada.

Foi a partir desta base que comecei a pesquisar empresas que se enquadrassem nestes meus critérios enviando-lhes o meu currículo.

No espaço de um mês fui chamada para uma entrevista na Galp Energia, para realizar um estágio na Fundação da empresa. Fui recebida pela diretora-geral da Fundação Galp Energia, a Dra. Elsa Bebiano e pela Dra. Anabela Dias, que integra a equipa de Recursos-Humanos. Na entrevista explicaram-me com maior profundidade quais seriam as

minhas funções e pediram-me para falar um pouco de mim e das expectativas que tinha para o estágio caso fosse selecionada.

Dias depois recebi um telefonema a perguntar se ainda estava interessada no estágio e em caso afirmativo, se podia começar no início do mês de Maio. O estágio era curricular, logo, não remunerado. Todavia receberia subsídio de alimentação no valor de 10,24€/dia. O horário estipulado foi das 9h30 às 18h00.

No primeiro dia, foi-me mostrado o meu posto de trabalho, fui apresentada à equipa da Fundação e a toda a DCAI (Departamento de Comunicação e Assuntos Institucionais), departamento este a que a Fundação pertence. Todos foram muito prestáveis e cordiais, oferecendo-me ajuda em tudo o que precisasse e esclarecimento de qualquer dúvida.

Ainda neste mesmo dia, foram-me dados alguns panfletos e *dossiers* sobre a Galp mas, maioritariamente, sobre a DCAI e a Fundação, com o propósito de me dar uma ideia dos projetos em curso e também dos valores e princípios de toda a empresa.

Todos estes assuntos foram aprofundados numa apresentação institucional nessa mesma semana, quando fui convocada para uma reunião apenas com a Dra. Elsa. Falámos ainda sobre o meu mestrado, disciplinas que frequentei e projetos que realizei com a finalidade de delimitar-mos alguns pontos para que fosse estruturado o meu plano de estágio de acordo com o plano curricular do meu mestrado.

3.2. PLANO DE ESTÁGIO

I. Acolhimento Inicial

A Fundação dispõe de um processo de acolhimento com o objetivo de integrar a estagiária e de onde constam:

- Apresentação da equipa;
- Organização e funcionamento da Fundação Galp Energia: Estatutos, modelo de *governance* e relação com a Galp Energia;
- Meios de comunicação existentes no Grupo Galp e meios utilizados pela Fundação;
- *Kit* normas de utilização e aplicação da marca Fundação Galp Energia;
- Exemplos de peças de comunicação utilizadas pela Fundação: brochuras, anúncios de imprensa, elementos de comunicação utilizados em eventos e campanhas, etc.

II. Colaboração na definição e implementação de um plano de comunicação digital da Fundação

O trabalho proposto e por mim articulado incluía as seguintes tarefas a desenvolver:

- Análise e identificação de pontos de melhoria nos canais interativos existentes na Fundação;
- Colaboração na definição de um plano de comunicação para divulgação da atividade da Fundação, utilizando as ferramentas de comunicação existentes no universo Galp Energia – nomeadamente os canais eletrónicos;
- Colaboração na implementação do plano, através das seguintes ações:

1. Criação de conteúdos de imagem e texto para os diferentes suportes (página própria de *Internet*, página própria de Intranet, newsletter da Galp Energia, revistas internas e *press releases*);
2. Restruturação da página de *internet* da Fundação: repensar toda a arquitetura de informação e imagem no sentido de a modernizar e tornar mais apelativa (exemplos: modificar *layouts* de informação, encurtar textos, criar novos separadores e eliminar outros, introduzir imagens, *links* e vídeos);
3. Atualização de conteúdos e imagens associadas aos mesmos e introdução de notícias;
4. Paginação de documentos oficiais a disponibilizar *online* para *download* (exemplos: Estatutos da Fundação e Relatórios e Contas dos últimos 3 anos);
5. Explorar novas plataformas de comunicação, exemplos: *newsletter* própria, redes sociais, canal *youtube*, etc.

III. Desenvolvimento de Projetos digitais da Fundação Galp Energia:

Neste âmbito foi proposto a seguinte colaboração:

- Galeria Virtual de obras de arte moderna que fazem parte do património da Fundação e que se encontra alojada na sua página de *internet*:
 1. Alargamento da Galeria - divulgação de obras de novos artistas e de diferentes tipologias de obras de arte (para além de quadros).
 2. Gestão dos trabalhos inerentes incluindo o acompanhamento da sessão de fotografia profissional às obras de arte a divulgar e do posterior tratamento de imagem.

- Desenvolvimento e lançamento de uma exposição virtual das cadeiras leiloadas no evento solidário *Art on Chairs* em Paredes no qual a Fundação Galp Energia adquiriu a cadeira inspirada na figura do Sr. Presidente da República. A exposição foi apresentada aos colaboradores do universo Galp Energia em plataforma Informática – Intranet;
- Desenvolvimento e lançamento de uma exposição virtual do projeto da ponte pedonal e ciclável sobre a Segunda Circular (projeto que resultou de um concurso internacional de ideias lançado pela Fundação Galp Energia). A exposição encontra-se disponível ao público em geral na página de *internet* da Fundação. Os trabalhos incluíram:
 - Tratamento de imagem e definição de *layout* da exposição;
 1. Colocação dos elementos *online*;
 2. Divulgação da exposição nos vários meios de comunicação disponíveis.
- Preparação regular de elementos gráficos de comunicação de campanhas internas e externas e passatempos aos colaboradores da Galp Energia.
- Preparação de *layouts* de apresentações, de *dossiers* de atividades em curso e de propostas de novos projetos a lançar pela Fundação.

Depois de me ser apresentado, pela Dra. Elsa Bebiano, o plano de estágio que foi posteriormente aprovado pelo IADE, compreendi a importância da vertente digital para o sucesso do meu estágio.

Efetivamente, todos os projetos em que participei durante o estágio relacionavam-se, de algum modo, com a página de *internet* da Fundação Galp Energia. Exemplo disso são as campanhas de

solidariedade que foram criadas para IPSSs e posteriormente lançadas e publicadas na página de *internet* da FGE. Outro exemplo são as exposições que a Fundação realizou nas Torres da Galp. Com o propósito de as mantermos em exibição foi-me solicitado reproduzi-las num modelo virtual, de modo a ser possível publicá-las na página de *internet* da FGE. Como estes, há muitos outros exemplos, que serão descritos mais detalhadamente à frente, nas “Atividades desenvolvidas”.

O estágio tinha inicialmente a duração de 6 meses, mas no final desses meses fui convidada a ficar mais 3 meses, convite que aceitei. O estágio teve na totalidade uma duração de 9 meses.

S
 ic
 a
 ès
 un
 gò
 iz
 ne
 ec
 bi
 t
 n
 ui
 w
 g
 4

i



a

gã
iz
ne
ed
bi

1

n
i
v
g

Quadro 1 – Entidades abrangidas pela campanha Energia Solidária

Mês	Nome da entidade	Âmbito de atuação
abril 2011	Associação Salvador	Apoio a pessoas com deficiência motora
maio 2011	O Companheiro	Apoio à pessoa reclusa e à sua integração na sociedade
junho 2011	Conselho Português para os Refugiados	Defesa e promoção do Direito do Asilo
julho 2011	Associação Cultural e de Educação Popular	Apoio da comunidade em geral em situação de exclusão social
agosto 2011	Associação Meninos de Ouro	Defesa e proteção dos Direitos das crianças
setembro 2011	Centro social e comunitário de S. Bartolomeu	Apoio a famílias desfavorecidas
outubro 2011	Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV)	Apoio e proteção a pessoas vítimas de crimes
novembro 2011	Cruz Vermelha Portuguesa	Apoio a pessoas vulneráveis
dezembro 2011	Pressley Ridge Portugal	Apoio a crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social
janeiro 2012	APPDA – Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo	Apoio a pessoas com Perturbações do Desenvolvimento e Autismo
fevereiro 2012	Centro Social da Trafaria	Apoio à comunidade em geral residente na freguesia
março 2012	Fundação de Solidariedade Social Aragão Pinto	Apoio a jovens carenciados e com deficiência
abril 2012	Dress for Success	Apoio a mulheres menos favorecidas a arranjar emprego
maio 2012	Espaço T – Associação para Apoio à Integração Social e Comunitária	Apoio à comunidade em geral
junho 2012	Santa Casa da Misericórdia de Murça	Apoio à Terceira Idade

novembro 2012	Cresaçor	Apoio à inserção profissional nos Açores
dezembro 2012	Centro Social Paroquial Padre Ricardo Gameiro	Apoio à comunidade em geral residente na freguesia
janeiro 2013	Associação de Paralisia Cerebral de Lisboa	Apoio a pessoas com paralisia cerebral e respetivas famílias
fevereiro 2013	Aldeias de Crianças SOS	Apoio a crianças orfãs, abandonadas ou desfavorecidas
março 2013	Entre Ajuda	Apoio a toda a comunidade
abril 2013	Associação de Proteção à Rapariga e à Família	Apoio a raparigas que se encontrem em situações frágeis
maio 2013	CEDEMA	Apoio a deficientes mentais adultos
junho 2013	Edição Especial – Várias Entidades	Vários âmbitos

Também em junho de 2013 foi feita uma edição especial em que a Fundação deu a oportunidade a todas as entidades que já se tinham candidatado mas que, devido ao elevado número de candidaturas, nunca tinham sido selecionadas, para se darem a conhecer. Foi-me pedido para fazer uma página de *internet* alojada no *site* da Fundação onde foi colocada toda a informação sobre as entidades. (Anexo 1) Para isso foi efetuado o contato com as entidades, solicitado que nos enviassem uma imagem do logotipo e um pequeno parágrafo a descrever o trabalho e principais projetos. Depois de reunida toda a informação, coloquei *online* na página de *internet* da Fundação Galp Energia. A lista final de entidades do mês está ainda disponível no Histórico do separador “Atividades da Fundação”, no *website* da FGE.

Para me permitir editar e/ou colocar conteúdos *online* na página da Fundação, recebi uma formação na Galp em web design.

O impacto desta iniciativa foi bastante positivo, recebemos telefonemas de agradecimento por parte das entidades onde, algumas delas, referenciaram um aumento de apoios monetários.

Campanha Energia Solidária – Doações

Início: novembro de 2013

Término: janeiro de 2014

Duração: 3 meses



Figura 4: Campanha Energia Solidária – Doações

A Campanha Energia Solidária – Doações surge de uma parceria entre a Fundação Galp Energia e a Unidade de Negócio Gas&Power e tem como objetivo doar equipamentos a IPSS carenciadas dos distritos de Lisboa e Setúbal. Os equipamentos doados são fogões, placas vitro-cerâmicas, máquinas de lavar roupa, esquentadores e também caldeiras.

Todos estes equipamentos podem proporcionar às IPSS contempladas, uma grande melhoria na prestação de serviços aos seus utentes e beneficiários. Devido à elevada adesão das instituições à campanha têm sido feito todos os esforços, para que a cada edição a oferta seja maior, em número de equipamentos, de modo a satisfazer as necessidades das também, cada vez mais instituições sociais carenciadas. Desde 2010, já foram feitas onze edições e doados mais de 50 equipamentos.

Em novembro de 2013 fiquei responsável pelo lançamento da Vaga de Inverno. Esta iniciativa foi-me proposta pela Dra. Elsa Bebiano, tendo de desenvolver e lançar toda a campanha sob a sua supervisão.

Iniciei o projeto fazendo uma recolha de informação necessária para a campanha, pesquisando bastante sobre as edições anteriores. Fiz um breve planeamento da construção da campanha (Anexo 2) e apresentei-o à equipa, depois de ser discutido e introduzidas algumas alterações, desenvolvi os materiais gráficos para a divulgação da mesma junto das IPSS, o público-alvo. Os textos que ilustraram a campanha foram da responsabilidade da Dra. Elsa Bebiano.

Devido às minhas valências adquiridas no âmbito do design, fui capaz de produzir a nova imagem (Figura 4, elaboração própria) em colaboração com o Banco Digital (departamento responsável por todo o arquivo fotográfico da Galp Energia). Posteriormente, na posse dos textos com todas as informações, prazos e modo de participação, desenvolvi uma composição gráfica para divulgação na *internet* (Anexo 3). Para além do *e-mail*, este foi o meio de divulgação escolhido, por falta de recursos financeiros para investir noutros canais.

Para a divulgação via *e-mail* foi necessário ter acesso aos contatos eletrónicos de todas as IPSS dos distritos de Lisboa e Setúbal, já existentes na base de dados da Fundação por força de contatos anteriores.

Em simultâneo foi lançada por mim, a campanha na página de *internet* da Fundação Galp Energia e para uma maior visibilidade na página principal criei um *banner* na *Homepage*. (Anexo 4)

Depois de divulgada a campanha com todas as informações necessárias para as IPSSs se candidatarem até à data limite, do dia 6 de janeiro.

As participações foram chegando à *mailbox* da FGE ao longo dos dias e, em paralelo, criei um documento *excel* (Anexo 5) de registo, onde colocava o nome da IPSS, morada, contatos telefónicos, número

de utentes, âmbito de atuação, motivo da candidatura e número de participações em outras edições.

Findo o período de candidatura, as inscrições foram fechadas e de imediato todas as candidaturas foram para análise e seleção. Para o efeito foram previamente estabelecidos alguns critérios de seleção:

- Ter gás natural;
- Diversificação de públicos e âmbitos de atuação;
- Número de utentes abrangidos pela atividade;
- Necessidade mais urgente do equipamento.

Para que a seleção fosse feita de forma justa e criteriosa a primeira coisa que fiz foi verificar se tinham ou não gás natural. Se sim, passavam ao próximo critério, se não, eram automaticamente excluídas. No segundo critério, fiz uma lista por âmbito e nessa mesma lista coloquei em cada âmbito as entidades. Para facilitar logo o terceiro critério, pus por ordem de quantidade de número de utentes abrangidos. Por fim era tida em conta a urgência do equipamento para cada entidade e dada preferência às que mais necessidade tinham e dificuldades passavam.

Feita a pré-seleção enviei um *e-mail* às IPSSs pré-selecionadas para esclarecimento de algumas questões menos claras e para se concluir se as entidades estavam de facto, aptas ou não a receber os equipamentos.

Muitas das candidaturas foram postas de lado depois deste primeiro contato, principalmente porque não tinham ainda gás natural. Esclarecidas as dúvidas, era agendada uma visita de um técnico da Galp para serem realizados testes de avaliação de ventilação, exaustão e também de “verificação da estanquicidade das instalações de gás.” Realizados os testes e após relatório do técnico a autorizar a instalação

do equipamento, era agendado nova visita à instituição para ser efetuada a instalação.

Posteriormente eu e a Dra. Elsa juntamente com os parceiros desta iniciativa fizemos uma visita a uma das IPSSs contempladas, neste caso a Associação “O Sonho”, (Figuras 5 e 6) onde nos foi dada a conhecer a instituição com mais pormenor, as pessoas que usufruem dos serviços da mesma, as dificuldades por que passam diariamente e também o impacto positivo que teve a doação do equipamento. A visita foi publicada por mim na página de *internet* da Fundação, mais concretamente no histórico das edições anteriores e também no espaço reservado para as notícias.



Figura 5: Sala da sesta da IPSS “O Sonho”



Figura 6: Sala de atividades da IPSS “O Sonho”

Doações de brinquedos a crianças carentiadas em todo o país

Início: maio de 2013

Término: dezembro de 2013

No dia Mundial da Criança de 2013 a Fundação Galp Energia não quis deixar passar em branco a data e, por esse motivo, em equipa decidimos assinalar o dia proporcionando algumas alegrias às crianças que, infelizmente se encontram em contexto de carência e fragilidade.

Foram distribuídos brinquedos a cerca de 1500 crianças associadas a 15 instituições de acolhimento por todo o país mas também a crianças hospitalizadas, que anteriormente, via formulário de contato disponível na página de *internet* da Fundação, já nos haviam contactado a pedir apoio.

Os brinquedos eram *puzzles* e carrinhos miniatura do “Cars” para os meninos e para as meninas, *puzzles* das princesas da *Disney* e packs “Chic-I Girls”.

Todos os presentes foram acompanhados de um chupa-chupa, de um balão da Galp Energia e de uma etiqueta (Figura 7, elaboração própria) com desejos de um feliz dia da criança.



Figura 7: Etiqueta do dia da Criança

O meu envolvimento nesta iniciativa passou pela criação da etiqueta que acompanhou os presentes e também pela organização de toda a logística para a entrega dos mesmos. Estabeleci contato com a

empresa transportadora da Fundação Galp Energia e também com as instituições que receberam os brinquedos.

Quanto aos brinquedos das crianças hospitalizadas foi feito o contato direto com a associação ACREDITAR que trabalha nas unidades de Oncologia Pediátrica dos hospitais nacionais, ficando esta de entregar os brinquedos às crianças.

Ainda neste dia a Fundação Galp Energia proporcionou, a cerca de 100 meninos e meninas, de duas instituições do Porto, a entrada no espetáculo "O Pedro e o Lobo" com a Catarina Furtado e com o João Reis (Figura 8) na Casa da Música.



Figura 8: Imagem do espetáculo "O Pedro e o Lobo"

Meses mais tarde, em dezembro, chegando o natal, um momento de tanta felicidade para muitas famílias, a Fundação esteve presente mais uma vez não esquecendo quem mais precisava.

Foram entregues mais de 2000 brinquedos a crianças em todo o país, desta vez optamos por fazer algo mais personalizado, algo mais especial e durante uma semana inteira embrulhei centenas e centenas de brinquedos. Foi-me pedido ainda que criasse umas etiquetas personalizadas com o nome das crianças. (Figura 9, elaboração própria)



Figura 9: Etiqueta de Natal

Esta iniciativa envolveu crianças de várias entidades.

À Associação Bagos D'Ouro foram doados 70 brinquedos, que os distribuiu na festa de Natal, no dia em que foram ao circo.

À Associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social foram entregues pela Fundação Galp Energia 1200 brinquedos.

A Associação Coração Feliz – Associação de proteção e apoio à criança com doença cardíaca recebeu 200 brinquedos. Foi também realizada uma festa de Natal para as crianças no Anfiteatro da Escola Superior de Enfermagem no Hospital de São João no Porto.

A Entrajuda recebeu da Fundação cerca de 400 brinquedos, fazendo eles próprios a distribuição por IPSSs por eles beneficiadas.

A Casa de Sant'Ana em Sintra, também foi agraciada com alguns brinquedos.

Por fim, foram distribuídos, pelos 18 distritos, a crianças cujas famílias se encontram numa situação de grandes dificuldades económicas. As minhas funções nesta iniciativa foram, mais uma vez em termos de logística. O objetivo foi encontrar formas de fazer as entregas do modo mais rápido e sustentável possível, ser eficaz e eficiente ao mesmo tempo, foi o desafio.

Para posterior divulgação da iniciativa na página de *internet* da Fundação, fiquei também responsável por agendar uma sessão fotográfica com o Banco Digital. (Figura 10 e 11)



Figura 11: Presentes embrulhados



Figura 10: Pormenor do balão da Fundação

3.3.1.2. Parcerias Sociais

Parceria com a EPIS – Empresários Pela Inclusão Social

Início e Término – setembro de 2013

A Fundação Galp Energia ao longo dos anos tem vindo a desenvolver várias iniciativas conjuntas com a EPIS, uma associação portuguesa que combate o insucesso e o abandono escolar.

Durante o meu estágio tive a oportunidade de participar numa dessas iniciativas. A FGE fez uma doação de 500 pastas/dossiers à EPIS (Figura 12), que com os seus programas de combate, juntou mais algumas doações de outras empresas e fez um conjunto de dossiers, canetas, lápis, borracha, afia e blocos de folhas para oferecer a 140 alunos carenciados.



Figura 12: Conjuntos de materiais oferecidos aos alunos

Nesta ação intervi em duas diferentes fases: na logística, mais concretamente, no empacotamento e no acompanhamento da recolha das pastas e consequente entrega; e na divulgação da ação. Estabeleci contato com a EPIS e solicitei imagens dos conjuntos para assim publicar uma notícia na página de *internet* da Fundação Galp Energia.

Foi também enviada a notícia para o departamento de comunicação da EPIS para que divulgassem nos seus canais de comunicação, o que aconteceu. Em 2014, a Fundação vai atribuir bolsas sociais a dois alunos a iniciarem o 10º ano de escolaridade. A bolsa tem a validade de três anos letivos.

Parceria com a Galp Voluntária

Duração: de 10 a 13 de julho de 2013 e 18 de dezembro de 2013

No dia 18 de dezembro 2013, a Fundação Galp Energia juntamente com a Galp Voluntária (programa de voluntariado empresarial da Galp Energia) organizou uma enorme ação de entrega de cabazes alimentares para a ceia de Natal. Foram abrangidas 3750 famílias carenciadas e com muito baixos rendimentos de Lisboa, Matosinhos, Sines e Madrid.

Eu participei na ação em Lisboa (Figura 13, na fotografia encontro-me em primeiro lugar à direita.), fui uma dos 46 voluntários que participaram nesta grande iniciativa, todo o trabalho envolveu o desempacotamento dos cabazes, transporte do armazém para o sítio de entrega e respetiva entrega.

Foi sem dúvida um dia muito motivador, senti que estava a fazer algo mais pelos que mais precisam e que tão pouco têm.

Esta iniciativa foi muito divulgada na comunicação social, nomeadamente no telejornal dos canais portugueses, em jornais nacionais impressos como o "Jornal Económico" (Anexo 6) e respetivas páginas de *internet*.



Figura 13: Voluntários em Lisboa

Outra ação de voluntariado em que participei foi na recuperação do Centro de Apoio Social dos Anjos (CASA), um espaço pertencente à Santa Casa da Misericórdia de Lisboa que diariamente dá alimentação e acolhe pessoas sem-abrigo.

Nesta iniciativa, que durou três dias, de 10 a 13 de julho de 2013, foram feitas algumas obras. Juntamente com os outros voluntários, pintei paredes do centro de acolhimento temporário, do hall, das casas de banho e do refeitório, substituí as antigas e degradadas mesas e cadeiras por outras novas (Figura 14, na fotografia encontro-me em primeiro lugar à direita.) e decorei com quadros e fotografias esses mesmos espaços. Também o pátio exterior sofreu alterações. Construámos um pequeno jardim vertical com plantas e ervas aromáticas e colocámos um novo toldo, bem como novas mesas e cadeiras.



Figura 14: Voluntários a transportar as novas mesas

Durante esta ação de voluntariado tive a oportunidade de conhecer algumas pessoas que usufruem do espaço, ouvi as suas histórias de vida e partilhei um pouco da minha. Apesar de eu, desde os 16 anos, fazer voluntariado numa instituição de deficientes mentais adultos, nunca tinha estado tão perto a esta realidade que é a pobreza extrema. Estar junto daquelas pessoas foi uma grande lição de vida, foi uma tomada de consciência do que está a acontecer no nosso país a cada

vez mais pessoas. Algumas delas tinham tudo e de repente por causa de vícios como a droga ou o álcool perderam todos os bens, inclusive perderam as suas famílias. Outras simplesmente ficaram sem emprego e sem darem por isso, estavam a dormir na rua. Foi uma experiência que muito me ensinou. Esta ação foi filmada pela Correio da Manhã TV (Anexo 7), foi feita uma reportagem e transmitida nos noticiários. Foi também divulgada em diversas páginas de *internet*.

Visto que a notícia foi divulgada no *site* da Galp Energia como uma parceria entre a Galp Voluntária e a Fundação Galp Energia, na página de *internet* da FGE não a repetimos. Optámos apenas por divulgá-la internamente. A notícia foi publicada por mim na página da Fundação da *Intranet* e saiu impressa na *My Galp Magazine*.

3.3.2. Energia e Ambiente

Projeto da Ponte pedonal e ciclável sobre a Segunda Circular

Início: 1 de maio de 2013

Término: 31 de janeiro de 2014

Em 2009 a Fundação Galp Energia lançou um concurso internacional em parceria com a experimentadesign chamado "Pontes para um futuro mais positivo". Este concurso consistia em realizar um projeto para uma ponte ciclável e pedonal sobre a Segunda Circular de Lisboa, o trio vencedor foram os portugueses, Telmo Cruz, Maximina Almeida e Adão da Fonseca.

Em maio de 2013, logo no início do meu estágio, foi realizada nas Torres de Lisboa, uma exposição para os colaboradores da Galp (Figura 15) para dar a conhecer com mais pormenor o projeto da ponte a edificar sobre a Segunda Circular. Fiquei responsável por organizar esta exposição, juntamente com mais um membro da Fundação. Enviei convites, organizei o espaço e recebi todos os convidados.



Figura 15: Cartaz da exposição

A exposição esteve aberta durante todo o mês de Maio e, mais tarde, para a darmos a conhecer ao público em geral, realizei uma exposição virtual, que pode ser visitada na página de *internet* da Fundação (Figura 16 e Figura 17).



Figura 16: Memória descritiva do projeto

Ao longo do ano, as obras foram evoluindo aos olhos de todos e noticiadas nos telejornais dos canais portugueses. Também o *site* da Fundação ia dando novidades sobre os progressos da obra com notícias que ia colocando *online*.



Figura 17: Vista em 3D, perspectiva de Telheiras

A exposição virtual foi ainda noticiada no Diário de Notícias (Anexo 8), foi uma surpresa bastante agradável e estimulante para mim.

3.3.3. Cultura

Art On Chairs

Início: meados de maio de 2013

Término: final de maio de 2013

Em 2012, no âmbito da iniciativa Duets/Art on Chairs, onze artistas nacionais foram desafiados a desenharem cadeiras (Figura 18) exclusivas para onze personalidades reconhecidas em diversas áreas da sociedade.

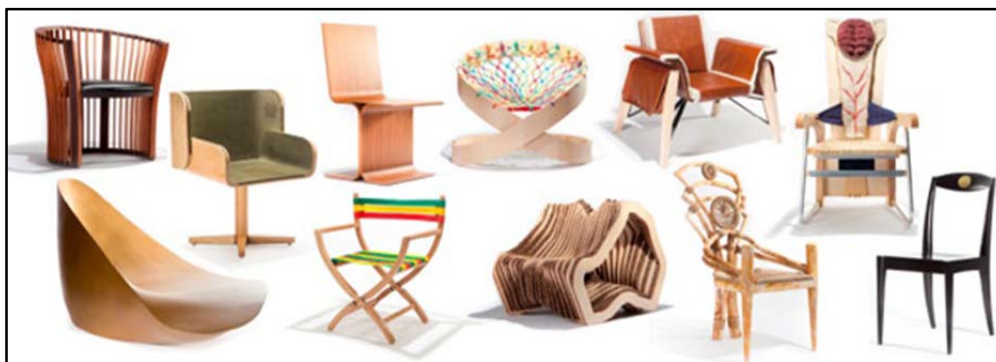


Figura 18: As onze cadeiras

O envolvimento da Fundação Galp Energia nesta iniciativa foi o de licitar uma cadeira, criada pelo designer Paulo Lobo e inspirada no Presidente da República, o professor Aníbal Cavaco Silva. Os fundos angariados reverteram para ACNUR (Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados), tornando-se assim numa iniciativa que se enquadrou na perfeição em dois âmbitos de atuação da Fundação. O desenvolvimento social e a cultura. Um ano depois, a cadeira foi doada pela FGE ao Museu da Presidência numa cerimónia que contou com a presença do sr. Presidente que qualificou a cadeira como “fléxivel e muito confortável”.

Esta iniciativa foi publicada por mim, no *site* da Fundação Galp Energia como notícia mas também relatada no separador “Atividades da

Fundação”. Foi ainda divulgada internamente na *Intranet* da Galp, onde fui incumbida de fazer uma galeria (Anexo 9) onde constavam as onze cadeiras dos onze artistas nacionais e a respectiva descrição de cada uma.

Coleção de livros da História da Galp

Início: agosto de 2013

Término: agosto de 2013

Duração: 1 mês

A Fundação Galp Energia é detentora do espólio histórico do Grupo Galp Energia e, em 2011, participou na edição do primeiro livro de uma coleção de seis que contam a história e origens da empresa. Até à data, foram editados dois livros (Figura 19), o primeiro intitulado “O Nosso Tempo” e o segundo “A História da Refinação em Portugal”.

Aquando do lançamento do segundo livro, a Dra. Elsa propôs à equipa da Fundação que fossem elaboradas sinopses dos dois livros lançados, para serem divulgadas na página de *internet* da FGE. Eu fiquei responsável por escolher as imagens e por fazer a apresentação das sinopses.

Este trabalho foi sem dúvida bastante estimulante, pois tive a oportunidade de fazer um trabalho que englobou design e marketing, as minhas duas áreas de formação, elaborando os layouts das apresentações e discutindo em equipa as melhores formas de divulgar as sinopses.

A divulgação das sinopses foi ainda da minha responsabilidade (Anexos 10 e 11) estando disponíveis atualmente para o público em geral no *site* da Fundação e na *Intranet* da Galp.



Figura 19: Os dois primeiros livros da coleção

Galeria Virtual – Coleção de obras de arte

Início: setembro de 2013

Término: setembro de 2013

Duração: 1 mês

“A promoção e conservação do património histórico e artístico é um dos mais importantes eixos de atuação da Fundação Galp Energia.” O grupo Galp Energia doou à Fundação diversas obras de autores que fizeram parte dos importantes movimentos artísticos do século XX português, obras essas provenientes da Petrogal, da Transgás e também da aquisição dos ativos da ESSO.

Todas estas obras estão expostas pelos andares das Torres de Lisboa da Galp Energia, por exemplo a maioria das tapeçarias estão no andar de reuniões, grande parte das esculturas e quadros estão nos gabinetes de diretores da empresa. Para a realização de uma exposição virtual foi necessário fotografar todas as obras de arte, para isso agendei uma sessão fotográfica (Figura 20) com o Banco Digital.



Figura 20: Sessão fotográfica de uma das obras

Depois de tiradas e editadas todas as fotografias das obras, criei uma galeria na página de *internet* da Fundação Galp Energia, que ficou disponível para qualquer visitante, dando assim acesso a todo o espólio

artístico da FGE. As obras de arte estão organizadas em dois diferentes grupos, “Quadros e tapeçarias” (Anexo 12) que como o nome indica é onde estão fotografias dos quadros e tapeçarias da coleção e “Outras obras de arte” (Anexo 13) que é onde estão esculturas, mobiliário, cerâmicas, etc.

Todas as fotografias estão disponíveis para *download* em três diferentes resoluções, baixa, média e alta.

Palácio Nacional da Ajuda – Restauro dos lustres da sala D. João VI

Início – novembro de 2013

Término – janeiro de 2014

Duração – 3 meses

A sala D. João VI Palácio Nacional da Ajuda (Figura 21), que retrata “A feliz chegada de S. Mag. a estes reinos no dia 4 de Julho do corrente anno de 1821” foi restaurada com o apoio da Fundação Galp Energia no projeto “Uma sala, Um Mecenaz”. Os trabalhos duraram cerca de dois anos. (Figura 22)

O meu contributo neste projeto, foi acompanhar o fotógrafo da Galp Energia, Manuel de Aguiar, nas suas visitas ao palácio que ao longo dos meses foi registando a evolução das obras. A minha função era também “entrevistar” os técnicos encarregues pela restauração da sala, de modo a recolher informações para ir atualizando o *site* da Fundação Galp Energia. O objetivo deste projeto era construir uma página sobre o Palácio Nacional da Ajuda alojado no *site* da Fundação, onde seria relatada toda a evolução das obras, curiosidades sobre a sala e também um vídeo realizado pelo Banco Digital.



Figura 21: Sala D. João VI antes



Figura 22: Sala D. João VI depois

No entanto, devido ao término do estágio este foi um dos projetos que não me foi possível concluir mas, a nível cultural foi um dos que

muito me satisfaz pessoalmente, porque a história de Portugal é um tema pelo qual muito me interessa, pelo que me envolvi muito no mesmo.

Casa da Música

Início – junho de 2013

Término – outubro de 2013

Duração – 4 meses e meio

A Fundação Galp Energia em 2012 assumiu o papel de parceiro do Serviço Educativo da Casa da Música, após dois anos de mecenato. Esta parceria promove um apoio mais abrangente à cultura musical permitindo a todos os públicos um convívio com a arte musical levando-os à descoberta da música como “universo de prazer e conhecimento, de realização pessoal e comunicação com o outro.”

Uma das iniciativas resultantes desta parceria foi já referida anteriormente no presente relatório quando abordei as iniciativas do Dia Mundial da Criança. Outro dos projetos que a Fundação apoiou foi o Ciclo Jazz Galp, (Figura 23) projeto este que proporcionou ao público em geral, a assistir a concertos de grandes nomes nacionais e internacionais deste género musical. Foi ainda lançado um CD com uma seleção de músicas de Jazz.



Figura 23: Cartaz promocional

Internamente, 12 destes CDs (Figura 24) foram sorteados pelos colaboradores da empresa, através de um passatempo lançado pela Fundação Galp Energia. Ficou a meu cargo desenvolver todo o passatempo e a forma de comunicá-lo aos colaboradores.



Figura 24: Ciclo Jazz Galp

O passatempo (Anexo 14) consistiu em fazer uma pergunta sobre a Casa da Música e dar três opções de resposta; quem acertasse na correta estaria habilitado a ganhar um dos 12 CDs; para seleccionar os vencedores foi utilizado um programa informático de sorteio automático.

Quanto à comunicação, semanalmente sai uma newsletter via *e-mail* intitulada por *My Galp News* onde são publicadas algumas notícias de todas as áreas da Galp Energia, incluindo a Fundação. Como era um passatempo interno e este meio de comunicação chega a todos, foi um dos canais que utilizei no dia do lançamento do passatempo. Outro canal de comunicação utilizado foi através da *My Galp Info*, que tal como diz o nome é a divulgação de uma informação relativa a uma determinada área da empresa. Esta informação chega a todos os colaboradores via *e-mail*. O terceiro meio foi a *Intranet* e foi publicado como notícia a meio do passatempo para lembrar a todos os colaboradores a importância em participar e por fim imprimir o passatempo e coloquei-o em todas as copas, de todos os andares, das duas Torres da Galp.

Ao dar início ao passatempo, comecei de imediato a receber participações na *mailbox* da Fundação; em paralelo ia preenchendo uma lista num ficheiro *excel* com o nome dos participantes e a sua localização nas Torres e Refinarias. No total participaram 376 colaboradores.

No final do passatempo utilizei um programa informático de sorteio aleatório (Figura 25) e os 12 Cd's foram sorteados.

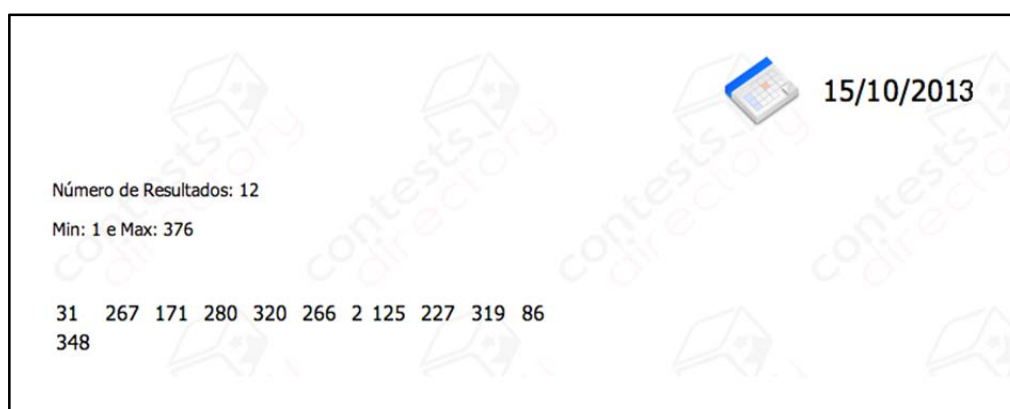


Figura 25: Os doze números seleccionados

Entrei em contato com os vencedores para os informar que tinham ganho e enviei os Cd's por correio interno.

Saiu mais uma vez, uma *My Galp Info* a informar todos os colaboradores da Galp, quem tinham sido os vencedores.

3.3.4. Outros projetos

Reformulação dos âmbitos de atuação da Fundação Galp Energia

Início - outubro de 2013

Término - outubro de 2013

Duração – 1 mês

Até ao ano 2012 os âmbitos de atuação da Fundação Galp Energia eram quatro: Sociedade, Energia e Conhecimento, Ambiente e Cultura. Eram representados no *site* e em todos os documentos oficiais da FGE como mostra a figura em baixo. (Figura 26)

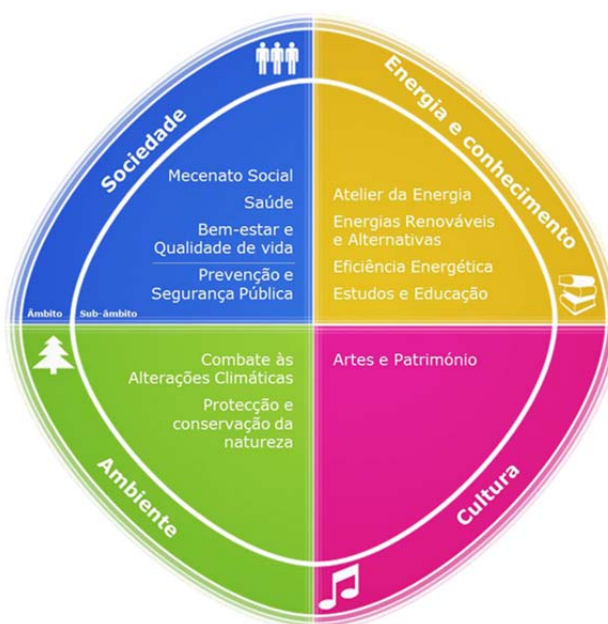


Figura 26: Antigos âmbitos de atuação da FGE

Como anteriormente foi referido, uma das minhas principais funções neste estágio foi a renovação da imagem da Fundação e um dos primeiros passos a dar neste tema foi refazer os âmbitos de atuação. Em reunião com a equipa da FGE decidimos que seria benéfico simplificarmos os âmbitos de atuação de modo a canalizar maiores

apoios a causas mais abrangentes. Sendo assim, os âmbitos de atuação em 2012 passaram a ser apenas três, Desenvolvimento Social (que é a junção de Sociedade e Conhecimento), Energia e Ambiente, que como indica o nome é a união desses dois âmbitos e por fim Cultura.

Fiquei encarregue de refazer a imagem que os iria representar. Depois de devidamente estudados os âmbitos, apresentei uma proposta a toda a equipa (Figura 27), que posteriormente foi aceite.



Figura 27: Novos âmbitos de atuação da FGE

O passo seguinte foi começar a renovar o *site*, e torná-lo mais apelativo a todos os seus visitantes e usuários.

Renovação da página de *internet* da Fundação Galp Energia

Início – outubro de 2013

Término – dezembro de 2013

Duração – 3 meses

Para a renovação da página de *internet* da Fundação, foi-me proposto fazer uma intensa pesquisa no site com o propósito de apresentar um relatório de alterações que deveriam ser feitas na página de modo a torná-la mais atrativa, intuitiva e inovadora. (Anexo 15)

É importante conseguir cativar os visitantes, evitar que mudem de página e que se desinteressem do que estão a ver, esse é o grande desafio do Web Design.

Numa primeira análise, os problemas que constatei foram que a página não era convidativa devido a:

- existência de textos muito longos;
- falta de imagens/ilustrações;
- desorganização da informação disponível na página.

Propus por isso, a simplificação da informação, a reorganização da mesma e também repensar a imagem que se queria transmitir aos visitantes da página.

Depois da informação apresentada e discutida, fiquei encarregue de propôr uma nova vida para a página de *internet* da Fundação Galp Energia, sendo responsável pela parte da imagem. Todo o conteúdo e respetivas alterações foram realizados por outros membros da equipa, que depois de corrigirem e serem aprovadas as correções me enviavam os textos para que os colocasse *online* na página.

Antes de começar qualquer trabalho tenho como princípio fazer uma breve pesquisa com o intuito de saber o que já existe e o que

resultou ou não. A minha pesquisa começou por ir visitar as páginas de *internet* de outras Fundações, tais como, Fundação EDP, Fundação PT, Fundação BP, Fundação Colouste Gulbenkian, entre tantas outras. Desta pesquisa retirei algumas referências, tanto positivas como negativas, mas a principal conclusão a que cheguei foi que, “menos, é mais”. Esta velha máxima a meu ver, aplica-se na perfeição porque, hoje em dia, na *internet*, as pessoas muito raramente lêem. O ser humano está exposto a tanta informação que praticamente só olha e, na melhor das hipóteses, lê os títulos e, por isso mesmo, o grande desafio foi arranjar soluções que os fizessem ficar interessados no que estavam a ver.

A primeira grande alteração a fazer-se para cativar as pessoas era mudar a imagem de apresentação da Fundação que era demasiado séria e impessoal e que não convidava os visitantes a permanecerem na página. (Figura 28)

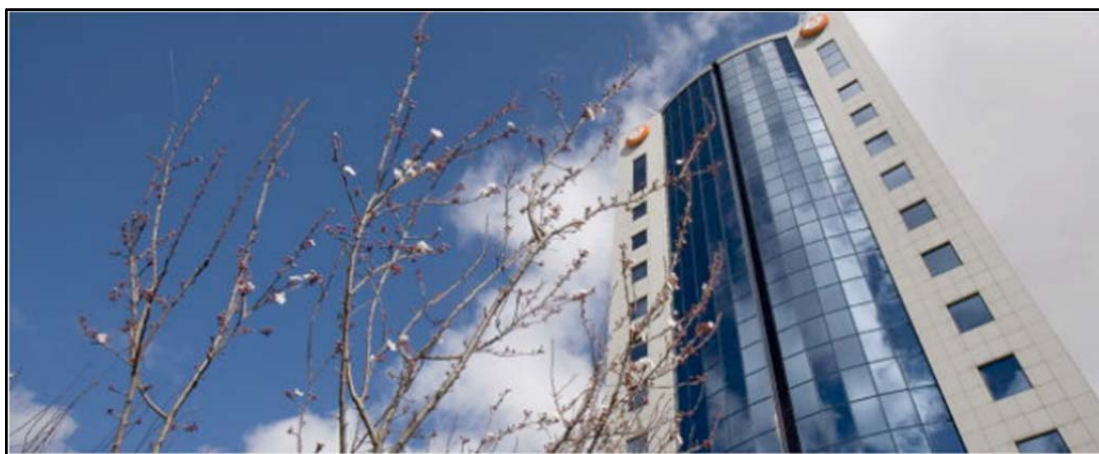


Figura 28: Antiga imagem de apresentação da FGE

Percebi que era necessário ter um estilo mais jovem e amigável, algo menos institucional e, por esse mesmo motivo, procurei várias imagens, na tentativa de que uma conseguisse retratar tudo o que a Fundação Galp Energia é. Na minha escolha tive que ter em atenção as missões e valores da FGE e também os seus âmbitos de atuação. Escolhi três fotos que, a meu ver, conseguiam transmitir a mensagem

pretendida que mais tarde apresentei em reunião à equipa, sendo selecionada uma. Estava assim escolhida a “nova cara” da Fundação Galp Energia. (Figura 29)



Figura 29: Nova imagem de apresentação da FGE

O segundo passo a dar era reorganizar os menus de pesquisa. É importante que a informação esteja óbvia, “que os usuários tenham acesso rápido e fácil e que a mesma seja abrangente e simples”. (SOARES, 2007) Os menus existentes não promoviam uma boa navegação o que dificultava a pesquisa de conteúdos aos visitantes e principalmente dificultava a permanência dos mesmos na página.

No separador “Sobre a Fundação” foram criados três sub-separadores, “Apresentação” onde falei um pouco sobre o que é a Fundação Galp Energia, as suas empresas fundadoras, os seus âmbitos de atuação, princípios e a sua missão. O segundo sub-separador foi denominado por “Orgãos Sociais”. É aqui que os usuários da página podem ter acesso a informações como, quem é que faz parte do Conselho de Administração e também do Conselho Fiscal da Fundação. E por fim, o terceiro e último sub-separador “Sobre a Fundação”, “Informação Institucional” que tal como diz o nome, contém toda a informação institucional obrigatória de uma Fundação, desde os Estatutos, Relatórios de Gestão e Contas dos últimos quatro anos, o

documento da Instituição da Fundação Gap Energia, o Reconhecimento da mesma, o Despacho Declaração de Utilidade Pública e a respetiva publicação no Diário da República. Todos os documentos foram graficamente reformulados por mim e estão disponíveis para consulta e também para *download*.

(<http://www.galpenergia.com/PT/agalpenergia/Fundacao-Galp-Energia/Paginas/SobreaFundacao.aspx>)

Quanto ao separador “Atividades da Fundação” a nova imagem (Figura 30) foi escolhida de acordo com a imagem da página principal e também todo o conteúdo foi repensado.



Figura 30: Nova imagem das “Atividades da Fundação”

No sub-separador “Apresentação” existe uma breve introdução sobre o papel que a Fundação tem junto da sociedade. E para existir coerência e organização, todas as atividades foram divididas pelos três âmbitos de atuação, tendo sido escolhida para cada uma delas, uma imagem e elaborado um pequeno texto descritivo.

No segundo sub-separador coloquei todas as atividades, parcerias e protocolos relativos ao “Desenvolvimento Social”.

O sub-separador “Cultura” diz respeito a todas as atividades que a Fundação promove ou em que está de momento envolvida no âmbito cultural.

De seguida o separador “Energia e Ambiente” que relata o papel da FGE no que toca a projetos ambientais. Os últimos dois sub-separadores das “Atividades da Fundação”, são “Edições”, onde podemos encontrar algumas informações extra sobre a FGE e por fim o “Histórico” que, tal como o nome indica, é onde os usuários podem ver todas as atividades em que a Fundação esteve envolvida desde o início.

No terceiro separador “Colecção de Obras de Arte – Galeria Virtual”, os visitantes da página podem ter acesso e fazer o download de todas as obras de arte pertencentes ao espólio da Fundação Galp Energia. As obras estão divididas em dois grupos, “Quadros e tapeçarias” e “Outras obras de arte” com o intuito de facilitar a pesquisa dos utilizadores.

Dada a relevância do projeto da Ponte ciclável e pedonal sobre a segunda circular e à sua enorme divulgação na comunicação social, entendeu-se ser importante a criação de um separador na página inicial da Fundação Galp Energia, com toda a informação sobre o projeto. Nesse mesmo separador é possível ver uma espécie de “Exposição Virtual” onde todos os visitantes da página podem ver os primeiros esboços da ponte, os desenhos técnicos e algumas perspetivas.

Por fim, o separador “Contatos”, onde está disponível toda a informação necessária para se poder contactar a Fundação Galp Energia. Num dos sub-separadores, existe um formulário onde é possível pedir “colaborações financeiras” ou “colaborações não financeiras” para projetos que se enquadrem nos âmbitos da Fundação. Todos os pedidos feitos por esse formulário são enviados para a *mailbox* da Fundação, que após uma triagem feita por mim a partir de certa altura, iam para apreciação por parte dos quadros superiores da Fundação Galp Energia. Após apreciação, era dada uma resposta de acordo com o resultado da mesma.

Outro grande problema da página da FGE era a falta de atualização da mesma, o espaço reservado para notícias há muito que não mostrava atividade. Essa foi outra das minhas funções. Alimentar a página de *internet*, colocando notícias semanalmente, aumentando o interesse e envolvimento dos visitantes e estimulando-os a voltar e a serem fiéis.

Depois de renovada por inteiro a página de *internet* da Fundação, foi realizada uma reunião (final de dezembro de 2013) com todos os colaboradores da DCAI, onde todas as áreas apresentaram o trabalho por si realizado, nos últimos três meses.

Para esta reunião, a Dra. Elsa pediu-me para fazer um vídeo de apresentação do *site*, para que toda a equipa ficasse a conhecer a nova imagem da Fundação Galp Energia. (Anexo 16)

Este vídeo foi ainda enviado juntamente, com uma apresentação dos novos âmbitos de atuação da Fundação Galp Energia, (Anexo 17) para o Concelho de Administração da Fundação e também da Galp Energia.

Síntese das atividades desenvolvidas durante o estágio

Atividade: Ponte pedonal e ciclável sobre a 2ª Circular

Duração: 1 de maio de 2013 a 31 de janeiro de 2014

Objetivo: Reportar internamente (Intranet) e externamente (*Internet*) o projeto da ponte e toda a sua evolução.

Outputs: Os colaboradores e público em geral tiveram acesso a uma maior quantidade de informação sobre o projeto. A Fundação Galp Energia foi mencionada por diversas vezes na comunicação social, o que lhe trouxe maior credibilidade e reputação no que toca a questões ambientais.

Atividade: Entidade do Mês

Duração: Início de maio de 2013 até final de junho de 2013

Objetivo: Dar a conhecer ao público em geral, algumas entidades de solidariedade, o trabalho que desenvolvem junto da sociedade e formas de apoio, nomeadamente material e financeiro.

Outputs: Aumento de apoios e também do número de sócios em algumas instituições.

Atividade: Art On Chairs

Duração: Meados de maio de 2013 até final de maio de 2013

Objetivo: Criação de uma galeria virtual do projeto "Art On Chairs" para ser divulgado internamente, na Intranet. Publicação de uma notícia na página de *internet* da FGE, no espaço reservado para o efeito.

Outputs: Maior visibilidade do projeto cultural e colaboração da Fundação. Doação do dinheiro da licitação a uma instituição de solidariedade. A junção de dois âmbitos da Fundação num só projeto.

Atividade: Doação de brinquedos a crianças carenciadas

Duração: meados de maio de 2013 até início de junho de 2013 e meados de dezembro de 2013 até final de dezembro de 2013

Objetivo: Proporcionar a crianças em situações socialmente frágeis um dia da criança e um dia de natal mais feliz.

Outputs: Cerca de 2000 crianças por todo o país receberam presentes (*puzzles*, carros miniatura, bonecas, relógios despertadores, etc...) no dia mundial da criança e no dia de natal.

Atividade: Casa da Música

Duração: Início de julho de 2013 até final do mesmo mês

Objetivo: Organização de espetáculos na Casa da Música, como “O Pedro e o Lobo” e oferta de bilhetes a instituições de solidariedade no dia mundial da Criança. Elaboração de um passatempo para os colaboradores da Galp Energia.

Outputs: Cerca de 100 meninos e meninas tiveram um dia mundial da criança mais especial. Oferta de 12 CD's de Jazz a colaboradores da Galp Energia. A Fundação numa só iniciativa, demonstra a sua preocupação a nível social, agindo e proporcionando a estas crianças um momento de diversão e ao mesmo tempo, um momento cultural, num dia que a eles lhes é dedicado.

Atividade: Galp Voluntária

Duração: de 10 a 13 de julho de 2013 e 18 de dezembro de 2013

Objetivo: Recuperar o refeitório social dos Anjos e salas principais e doar cabazes alimentares a famílias com dificuldades económicas.

Outputs: os utentes do espaço social dos Anjos podem atualmente usufruir de um espaço mais agradável e com melhores condições. Relativamente aos cabazes de Natal, foi proporcionado a 3750 famílias um natal mais completo.

Atividade: Coleção de Livros sobre a História da Galp

Duração: Todo o mês de agosto de 2013

Objetivo: Elaborar sinopses dos livros já editados e publicados, e posterior divulgação das mesmas.

Outputs: Os colaboradores e o público em geral tiveram acesso a um breve resumo dos livros.

Atividade: EPIS – Empresários pela inclusão social

Duração: início de setembro de 2013

Objetivo: doar materiais escolares, neste caso, pastas/dossiers, a crianças cujas famílias não conseguem suportar os custos da educação dos filhos.

Outputs: 140 crianças receberam conjuntos de materiais escolares no início do ano letivo.

Atividade: Galeria Virtual

Duração: Todo o mês de setembro de 2013

Objetivo: Dar a conhecer ao público em geral o espólio artístico da Fundação Galp Energia.

Outputs: Os colaboradores e público em geral tiveram acesso a uma maior quantidade de informação sobre o espólio artístico da FGE.

Atividade: Renovação dos âmbitos de atuação

Duração: Início de outubro de 2013 até ao final do mesmo mês

Objetivo: Reorganização dos âmbitos de atuação e elaboração da respetiva nova imagem.

Outputs: Redução de quatro âmbitos para três, permitindo deste modo alocar mais apoios a iniciativas mais abrangentes.

Atividade: Palácio Nacional da Ajuda

Duração: Início de novembro de 2013 até final de janeiro de 2014

Objetivo: Dar a conhecer mais uma grande colaboração da Fundação Galp Energia no âmbito cultural, a recuperação da Sala D. João VI do Palácio Nacional da Ajuda. Criação de uma página sobre o projeto em questão.

Outputs: Apesar de um dos objetivos não ter sido alcançado devido ao término do estágio, o *site* da informação foi sendo atualizado com regularidade sobre este projeto.

Atividade: Renovação da página de *internet* da Fundação Galp Energia

Duração: Início de novembro de 2013 até final de dezembro de 2013

Objetivo: Renovar a imagem da FGE tornando-a mais atualizada e mais “amiga” dos visitantes.

Outputs: A página de *internet* da Fundação foi completamente renovada e atualizada. Atualmente os visitantes da página têm acesso à informação atualizada de todos os projetos em que a FGE participou e também todos os que está de momento a apoiar.

Atividade: Campanha Energia Solidária - Doações

Duração: início de novembro 2013 até final de janeiro de 2014

Objetivo: Doar equipamentos (esquentadores, máquinas de lavar a roupa, fogões, caldeiras, etc...) a IPSS's dos distritos de Lisboa e Setúbal.

Outputs: Visível melhoria dos serviços prestados aos utentes das IPSS's contempladas.

CONCLUSÃO

Nos dias de hoje as empresas têm uma grande preocupação a nível de responsabilidade social e ambiental. A Galp Energia não é exceção e, por isso, em Janeiro de 2009, foi criada a Fundação Galp Energia como sendo “uma entidade privada sem fins lucrativos, vocacionada para a atividade mecenática, com o objetivo de aprofundar e promover a intervenção do Grupo em domínios como a cidadania e a Responsabilidade Social”. (*homepage* FGE, 2014)

Também, devido à situação económica que Portugal atravessa, são cada vez mais os pedidos de ajuda que chegam à Fundação, via *e-mail*, telefone ou até por carta. Estas Instituições esforçam-se diariamente para ajudar os mais necessitados, que são cada vez mais, e tentam de todas as maneiras possíveis arranjar os fundos e os meios necessários para a sua subsistência. Contudo, por vezes é pedido apenas a divulgação da sua IPSS e respectivos âmbitos de atuação de modo a conseguirem chamar atenção e a “fazerem-se ouvir”.

O tema escolhido para o presente relatório de Estágio, “O Web-Design aplicado ao Marketing Social da Fundação Galp Energia”, nasceu do facto de estar desde Maio de 2013 até ao final de Janeiro deste ano, a estagiar na Fundação Galp Energia. Resumidamente o meu estágio acentou, entre outras tarefas, em projetar, criar e executar elementos de comunicação para campanhas Solidárias em que a Fundação é Mecenas ou Parceira.

Posto isto e sabendo que, atualmente o meio de comunicação mais abrangente é a *internet*, o canal que a Fundação Galp Energia utiliza para dar a conhecer estas Instituições é precisamente a sua página. O *site* permite a divulgação de conteúdos, funcionando como cartão de visita da Fundação, e possibilita que as campanhas cheguem a um maior número de pessoas que poderão estar dispostas a ajudar.

A utilização dos princípios do Web-Design permitiu-me divulgar de uma maneira mais atrativa e funcional as histórias, propósitos e missões das instituições que pedem apoio à Fundação, tentando desta maneira, captar a atenção das pessoas de modo a consciencializá-las e criar uma relação com as mesmas com o propósito de envolvê-las nos mais diversos projetos. É nesta ideia que assenta o Marketing Social.

Segundo Brenkert (2002), o marketing social difere do marketing comercial em pelo menos dois aspectos importantes: primeiro, a meta do marketing social é o bem (bem estar) individual ou social, não simplesmente a satisfação individual; segundo, a finalidade a ser alcançada pelo marketing social é algo que aqueles que vivenciam o problema social não precisam eles mesmos identificar como um problema social. Metodologicamente, é importante enfatizar que o marketing social não é a mesma coisa que a educação, que os anúncios ou que a propaganda, apesar de o mesmo poder incluir alguns ou todos esses temas. O marketing social é um processo complexo que envolve entrevistar o público-alvo e convencê-lo a envolver-se nas trocas que os profissionais de marketing social (e outros) procuram promover, estabelecendo, a partir daí, redes de distribuição, etc.

Por fim, após o meu estágio na FGE, faço um balanço muito positivo de toda a minha experiência profissional. A decisão pelo estágio curricular foi a mais acertada pois não só fomentou o meu espírito de entreaajuda e a minha capacidade de comunicar com os outros, ao trabalhar constantemente em equipa, como também, potenciou as minhas capacidades intelectuais, ao enriquecer o meu conhecimento, e pessoais, ao sensibilizar-me para as mais diversas causas sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albrecht, T. (1997). Defining Social Marketing: 25 Years Later. ***Social Marketing Quarterly***, 3(3): 21-23.

Agarwal, R., & Venkatesh, V. (2002). Assessing a firm's web presence: A heuristic evaluation procedure for the measurement of usability. ***Information Systems Research***.

American Marketing Association. Definition of Marketing. Consultado a 17 de janeiro, 2014, disponível em <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

Andreasen, A. (1994). Social Marketing: Definition and Domain. ***Journal of Public Policy & Marketing***, 13(1): 108-114.

Andreasen, A. (1995). ***Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment***. San Francisco: Jossey-Bass.

Andreasen, A. (2002). Marketing Social Marketing in the Social Change Marketplace. ***Journal of Public Policy & Marketing***, 21 (I): 3.

Beaird, J. (2007). ***The Principles of Beautiful Web Design***. O'reilly Vlg. Gmbh & Co.

Bernhardt, J. M., Mays, D., Eroğlu, D. & Daniel, K. (2009). New communication channels: changing the nature of customer engagement. ***Social Marketing Quarterly***, 15(1): 7-15.

Brenkert, G. (2002). Ethical Challenges of Social Marketing. *Journal of Public Policy & Marketing* ,21(1): 14-25.

Bloom, P. (1980). *Evaluating social marketing programs: problems and prospects, the 1980 Educators Conference Proceedings*. Chicago: American Marketing Association.

Bloom, P., & Novelli, W. (1981). Problems and Challenges in Social Marketing. *Journal of Marketing*, 45: 79-88.

Community Tool Box. (2014) Section 2. Conducting a Social Marketing Campaign. Consultado em 19 de fevereiro 2014, disponível em <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/social-marketing/conduct-campaign/main>

Cyr, D., Head, M., Larios, H. & Pan., B. (2009). Exploring human images in *website* design: A multi-method approach. *MIS Quarterly*.

Cyr, D., Head, M., & Larios, H. (2010). Colour Appeal in *Website* Design Within and Across Cultures: A Multi-method Evaluation. *Int. Journal of Human-Computer Studies*, 68 (1-2): 1-21.

Cyr, D. (2013). *Website* design, trust and culture: An eight country investigation. *Electronic Commerce Research and Applications*.

Desai, D. (2009). Role of Relationship Management and Value Co-Creation in Social Marketing. *Social Marketing Quarterly*, 15(4).

Djamasbi, S., Siegel, M., & Tullis, T. (2010). Generation Y, web design, and eye tracking. *International Journal of Human-Computer Studies*.

Djamasbi, S., Siegel, M., & Tullis, T. (2012). Faces and viewing behavior: An exploratory investigation. *Transactions on Human-Computer Interaction*.

Fine, S. (1990). Social Marketing: *Promoting the Causes of Public and Non-Profit Agencies*. Massachusetts: Allyn and Bacon.

Fogg, B., Soohoo, C., Danielson, D., Marable, L., Stanford, J., & Tauber, E.R. (2003). How do users evaluate the credibility of *Websites*? A study with over 2,500 participants. *Proceedings of DUX2003, Designing for User Experiences Conference*.

Fox, K. & Kotler, P. (1980). The Marketing of Social Causes: The First 10 Years. *Journal of Marketing*, 44: 24-33.

Fundação Galp Energia. (2014). Consultado em fevereiro de 2014, disponível em <http://www.galpenergia.com/PT/agalpenergia/Fundacao-Galp-Energia/Paginas/SobreaFundacao.aspx>

Hastings, G. (2003). Relational Paradigms in Social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 23 (1): 6-15.

Houston, F., & Gassenheimer, J. (1987). Marketing of exchange. *Journal of Marketing*, 51: 3-18.

iSMA, ESMA, & AASM. (2013). Consensus Definition of Social Marketing. Consultado a 20 de janeiro 2014, disponível em http://www.i-socialmarketing.org-/assets/social_marketing_definition.pdf.

Kim, J., & Moon, J. Y. (1998). Designing Towards Emotional Usability in Customer Interfaces - Trustworthiness of Cyber-banking System Interfaces. *Interacting With Computers*, 10: 1-29.

Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35: 3-12.

Kotler, P., & Roberto, N. (1989). *Social Marketing: Strategies for changing public behavior*. New York, NY: The Free Press.

Kotler, P., & Andreasen, A. (1991). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. Michigan: Prentice Hall.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1996). *Principles of Marketing, the European Edition*. London: Prentice Hall.

Kotler, P., Lee, N., & Roberto, N. (2002). *Social Marketing: Improving the Quality of Life* (2nd ed.). California, CA: Sage Publications.

Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Marketing no Sector Público: um guia para um desempenho mais eficaz*. Porto Alegre: Bookman.

Laczniack, G., Lusch, R., & Murphy, P. (1979). Social marketing: Its ethical dimension. *Journal of Marketing*, 43: 29-36.

Leathar, D., & Hastings, G. (1987). Social marketing and health education. *Journal of Services Marketing*, 1(2): 49-52.

Lefebvre, R., & Flora, J. (1988). Social marketing and public health intervention. *Health Education Quarterly*, 15(3): 299-315.

Lefebvre, R. (1996). 25 years of Social Marketing: looking back to the future. ***Social Marketing Quarterly***. Special Issue: 51-58.

Lindgaard, G., Dudek, C., Sen, D., Sumegi, L., & Noonan, P. (2011). An Exploration of Relations Between Visual Appeal, Trustworthiness and Perceived Usability of Homepages. ***ACM Transactions on Computer-Human Interaction***, 18 (1).

Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., & Brown, J. (2006). Attention Web Designers: You Have 50 Milliseconds to Make a Good First Impression! ***Behaviour & Information Technology***, 25 (2): 115-126.

Ling, J., Franklin, B., Lindsteadt, J., Gearon, S. (1992). Social Marketing: Its Place in Public Health. ***Annual Review of Public Health***, 13: 341-362.

Luck, D. (1974). Social Marketing: Confusion Compounded. ***Journal of Marketing***, pp. 70-72.

MacFadyen, L., Stead, M., & Hastings, G. (1999). Social marketing. Chapter 27. In Baker MJ (Eds.), ***The Marketing Book*** (6th Ed.): 694 – 725. Oxford: Butterworth Heinemann.

Manica, M. (s.d). Marketing Social. Importância. Consultado em 25 de janeiro 2014, disponível em <http://www.coladaweb.com/marketing/marketing-social>.

Manoff, R. (1985). ***Social marketing: new imperative for public health***. New York: Praeger.

Muylle, S., Moenaert, R., & Despontin, M. (2002). The conceptualization and empirical validation of *website* user satisfaction. ***Information & Management***.

Nadaraja, R., & Yazdanifard, R. (s.d.) ***Social Media Marketing: Advantages and Disadvantages***. Southern New Hampshire University.

Oliveira, S. (2007). ***Dismistificando o Marketing***. Novatec Editora.

Parise, S., & Guinan, P. (2008). Marketing using Web 2.0. ***Proceedings of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences***.

Prochaska, J., DiClemente, C., & Norcross, J. (1992). In search of how people change: Applications to addictive behaviors. ***American Psychologist***, 47(9): 1102-1114.

Reinecke, K., Yeh, T., Miratrix, L., Mardiko, R., Zhao, Y., Liu, J., Gajos, K. (2013). Predicting Users' First Impressions of Website Aesthetics With a Quantification of Perceived Visual Complexity and Colorfulness. ***Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems***, 13: 2049-2058.

Schiavo, M. (1999). Conceito e evolução do marketing social. ***Revista Conjuntura Social***, 1.

Stead, M., Gorgon, R., Angus, K., & McDermott, L. (2007). A systematic review of social marketing effectiveness. ***Health Education***, 107(2): 126.

Truss, A., French, J., Blair-Stevens, C., McVey, D., Merritt, R. (2010). ed. *Social Marketing and Public Health: Theory and practice*. Oxford University Press. p. 20.

Uhrig, J., Bann, C., Williams, P., & Evans, W. (2010). Social Networking Websites as a Platform for Disseminating Social Marketing Interventions: An Exploratory Pilot Study. ***Social Marketing Quarterly***, 16(1): 2-20.

Walsh, D., Rudd R., Moeykens, B., & Moloney, T. (1993). Social Marketing for Public Health. ***Health Affairs***, Summer: 104-119.

Wiebe, G. Merchandising Commodities and Citizenship on Television. (1951). ***Public Opinion Quarterly***, 15: 679-691.


ANEXOS

Anexo 1 – Página da Entidade do Mês

Você está aqui: [Início](#) > [Sobre nós](#) > [Fundação Galp Energia](#) > [Entidade do mês](#)

[Mapa do site](#) | [Acessibilidade](#) | [PT](#) | [EN](#) | [ES](#)

[Sobre nós](#) | [Produtos e serviços](#) | [Sustentabilidade](#) | [Investidor](#) | [Media](#) | [Carreiras](#)

 **galp energia**

Newsletter | Alertas | RSS |

[partilhar](#) | [imprimir](#) | [enviar](#) | [guardar](#) | [ouvir](#)

SOBRE NÓS

A Galp Energia num relance

O Grupo Galp Energia

Os nossos negócios

Marca e comunicação

Fundação Galp Energia

Sobre a Fundação

Atividades da Fundação

Coleção de obras de arte - Galeria virtual

Projeto da ponte sobre a 2ª Circular

Contactos


Comunicados

Entidade do mês

[Apresentação](#) | [Entidades de junho](#) | [Histórico](#)

Entidades contempladas:

Associação Conversa Amiga




A Associação Conversa Amiga (ACA) é uma Instituição de Solidariedade sem fins lucrativos, que actua em contexto de solidão e exclusão humana. Acreditamos que ninguém deve ser esquecido por via da solidão independentemente do seu contexto ou situação e usamos a palavra como forma de solidariedade.

[Ver fotografias](#)

www.acamiga.wix.com/vaca

BUS – Bens de utilidade social




A Associação BUS é constituída por um grupo de pessoas que há algum tempo desejava ajudar famílias carenciadas e Instituições de solidariedade social, através de um projecto inovador e que dá resposta a uma necessidade real.

[Ver fotografias](#)

www.bensutilidadesocial.pt

Centro Social 6 de Maio




O Centro Social 6 de Maio procura, através dos princípios da justiça, solidariedade e fraternidade, sensibilizar a população para o seu importante contributo no desenvolvimento pessoal e coletivo. Procura uma melhor inserção social, educativa e familiar, a todos os indivíduos, preferencialmente os mais carenciados e excluídos, e contribuir para que estes adquiram competências pessoais e sociais de forma a exercer a plena cidadania, num espírito de solidariedade humana e cristã.

[Ver fotografias](#)

www.cs6maio.pt

Casa das Cores




A Casa das Cores é um Centro de Acolhimento Temporário para crianças em perigo, dos 3 aos 12 anos, do MSV - Movimento ao Serviço da Vida. São crianças cuja proteção passa, num determinado momento das suas vidas, pela institucionalização. Nesta Casa encontram um ambiente saudável e equilibrado, que lhes permita construir um projeto de vida mais feliz. Ao mesmo tempo, trabalhamos as necessidades de cada família e capacitamos os seus membros para que possam ser parte desse projeto de vida.

[Ver fotografias](#)

www.casadascores.pt

Associação de Pais e Amigos da Freguesia de Cunha



A Associação de Pais e Amigos da Freguesia de Cunha é uma Instituição Particular de Solidariedade Social com sede e instalações próprias na freguesia de Cunha - Braga. Atuamos na área da infância, juventude, e terceira idades através de 5 respostas sociais, nomeadamente: Creche, Atividade de Tempos Livres, Centro de Dia, Serviço de Apoio Domiciliário e Estrutura Residencial para Idosos. Através de um serviço descentralizado da Segurança Social, constituído por uma equipa multidisciplinar, prestamos ainda apoio à população mais carenciada de 24 freguesias do concelho de Braga no âmbito da Ação Social e do Rendimento Social de Inserção na nossa valência de Serviço de Atendimento e Acompanhamento Social.

Ação Galp Energia

Desculpe. Dados indisponíveis no momento.

[+ informação](#)

Contactos

Fundação Galp Energia

Rua Tomás da Fonseca,
T.C. 15º piso
1600-209 Lisboa
Portugal
[Formulário de contacto](#)
Tel: 217 240 551
Fax: 217 242 976

Marca e comunicação
Campanhas publicitárias
Power Conselho de administração
Refinaria de Sines
Fundação Galp Energia
Contactos corporativos
Projetos
Presença no mundo
O Grupo Galp Energia
o negócio da eletricidade em Portugal
A Galp Energia num relance
os nossos negócios
Comissão executiva
Órgãos sociais

[Glossário energia](#) +
[Conversor unidades](#) +
[Comentar / sugerir](#) +
[Partilhar](#) +

101

No meio do nada



A Associação tem como MISSÃO prestar serviços de apoio de natureza moral e material a pessoas e grupos que deles careçam, nomeadamente a pais e familiares com vivências em cuidados intensivos Neonatais e pediátricos, promovendo um equilíbrio bio-psico-social e familiar. De acordo com as necessidades identificadas, fornecemos: apoio psicológico, apoio monetário destinado a viagens, medicação, ajudas técnicas, alimentos, brinquedos, papas e leites para bebés e alojamento.

[Ver fotografias](#)

www.nomeiodonada.pt

Centro Social dos Montes Altos



O Centro Social dos Montes Altos é uma instituição particular sem fins lucrativos sediada em Montes Altos, freguesia de Santana de Cambas, concelho de Mértola. Constituído em 1993, a sua atividade principal é o apoio à população idosa, possuindo para o efeito as respostas sociais de Estrutura Residencial para Pessoas Idosas, Serviço de Apoio Domiciliário, centro de Dia e de Convívio.

[Ver fotografias](#)

www.csma.pt

Associação Popular de Apoio à Criança



A APAC, Associação Popular de Apoio à Criança, situada na Póvoa de Santa Iria, Concelho de Vila Franca Xira, é uma Instituição de Solidariedade Social (IPSS), do tipo associativo e sem fins lucrativos. Dispõe das valências de Creche Familiar, Creche Interna, Pré-escolar e A.T.L., com um total de 730 utentes. Desenvolve uma política de responsabilidade social, educativa e solidária junto da comunidade escolar e local.

[Ver fotografias](#)

www.apac.pt

Cáritas Diocesana de Coimbra



A Cáritas Diocesana de Coimbra é uma IPSS que atua em 5 distritos da região Centro, com relevo nas áreas da educação, saúde, risco social, idosos, VIH, toxicod dependência, sem-abrigo e pastoral, apoiando cerca de 12000 utentes/mês. Desenvolve também projetos inovadores e diferenciados como o CAS, o ComVida Quiaios ou Coimbra dá Sabor à Tradição. Conta com 120 respostas sociais e 6 departamentos de suporte, empregando cerca de 800 colaboradores.

[Ver fotografias](#)

www.caritascoimbra.pt

Suão



A Suão - Associação de Desenvolvimento Comunitário, localizada na pequena comunidade de S. Miguel de Machede (concelho de Évora), foi fundada em 1998. A Suão é promotora da Escola Comunitária de São Miguel de Machede, um espaço de educação não formal onde são concretizados projetos dirigidos a toda a população. O desenvolvimento local sustentável, a promoção da igualdade de oportunidades e o combate à exclusão social apresentam-se como ponto de partida na preparação de todas as atividades educacionais e sociais promovidas.

[Ver fotografias](#)

www.suao.pt

Lar Jorbalán



O Lar Jorbalán é uma Comunidade de Inserção da IPSS Fundação Madre Sacramento e tem como Missão acolher temporariamente jovens mulheres e seus filhos em situação de vulnerabilidade social, proporcionando-lhes um ambiente familiar, seguro e de bem-estar e acompanhá-las no seu processo de autonomia e valorização pessoal, desenvolvendo competências para a construção e concretização de um Projecto de Vida consistente, com vista à sua (re)integração social. Presta os serviços: Acolhimento; Acompanhamento social e psicológico; Grupo de Teatro Social SOS Heroínas; Formação (inFORMA-TE); Projeto Costurar-TE – Bolsas BuLar; Dinâmica do Riso; Yoga para Mães e filhos.

APPACDM da Maia



A APPACDM da Maia apoia pessoas com deficiência mental, promovendo a sua integração na sociedade, nomeadamente através de dois Centros de Atividades Ocupacionais, onde os utentes desenvolvem as suas capacidades psico-motoras e as suas competências sociais. Futuramente, os seus serviços serão mais abrangentes, com a abertura do Lar Residencial, obra para a qual está neste momento a angariar fundos.

[Ver fotografias](#)

www.appacdmmaia.pt.vu

Associação Humanitária Mão Amiga



A Associação Humanitária Mão Amiga é uma IPSS sediada na freguesia e concelho de Albergaria-a-Velha, criada em 1999 que, atualmente tem 4 Respostas Sociais: Um Centro Acolhimento Temporário com capacidade para acolher 20 crianças até aos 10 anos vítimas de maus-tratos, negligência, abuso sexual, etc; Uma Creche com capacidade para 80 crianças; Um Jardim Infância com capacidade para 44 crianças e um Centro Apoio Familiar e Aconselhamento Parental (CAFAP) com objetivo de apoiar famílias multidesafiadas e suas crianças até aos 18 anos. Em 2002 foi-lhe concedida a condição de Unidade Emergência Infantil.

[Ver fotografias](#)

www.ahma.pt

Synergia Jovem



Somos uma equipa multidisciplinar, constituída por jovens proactivos e empreendedores, com o objetivo de promover eventos e desenvolver projetos com e para os jovens bracarenenses, procurando valorizar a cultura juvenil, desportiva e social. Temos vários projetos, incidindo em diversas áreas: Projeto Artes Urbanas, Synergia TV, Gabinete de Apoio ao Projeto, Gabinete de Apoio Psicológico, Projetos Europeus, Espaço Synergia, entre muitos outros.

[Ver fotografias](#)

Anexo 2 – Planeamento da Campanha Energia Solidária – Doações 2014

CAMPANHA ENERGIA SOLIDÁRIA - DOAÇÕES 2014

→ PREPARAÇÃO - PESQUISAR SOBRE EDIÇÕES ANTERIORES

(QUAL A DURAÇÃO DA CAMPANHA?) 1 MÊS

TUDO
OK

(QUEM RECEBE AS CANDIDATURAS?) POSSO SER EU (FAZER EXCEL DE APOIO)

(COMO FOI COMUNICADA A CAMPANHA?) SITE + EMAIL

(COMO SELECIONAR AS IPSS'S QUE VÃO RECEBER O EQUIPAMENTO)

ESTABELECE CRITÉRIOS: GÁS NATURAL, DIFERENTES ÂMBITOS, Nº DE UTENTES, URGÊNCIA DO EQUIPAMENTO

→ COMUNICAÇÃO DECIDIR QUAIS OS CANAIS MAIS VANTAJOSOS E MENOS

OK

DISPENDIOSOS PROPONHO MANTER OS MESMOS USADOS EM EDIÇÕES ANTERIORES (SITE + EMAIL)

→ DESENVOLVER TEXTOS, REGULAMENTOS DE PARTICIPAÇÃO, TUDO O QUE AS

IPSS'S NECESSITAM PARA SE CANDIDATAREM DRA ELSA (?) OU OUTRO ESTAGIÁRIO? (PONTO COM MUITA IMPORTÂNCIA)

DRA ELSA

→ DESENVOLVER IMAGEM DA CAMPANHA EU FICO ENCARGUE DE DESENVOLVER

A NOVA IMAGEM / PEDIR DISPONIBILIDADE AO

BANCO DIGITAL PARA SER AGENDADA

UMA SEÇÃO FOTOGRÁFICA PARA A CAMPANHA

JOANA

→ DESENVOLVER A MONOFOLHA PROMOCIONAL DA CAMPANHA MONOFOLHA PARA

SER ENVIADA VIA E-MAIL PARA TODAS AS IPSS'S DO DISTRITO DE LISBOA E SETÚBAL

(JUNÇÃO DOS TEXTOS E DA IMAGEM)

JOANA

→ LANÇAMENTO DA CAMPANHA PROPONHO, NA PÁGINA DE INTERNET DA FGE, A

COLOCAÇÃO DE UM BANNER QUE REMETA PARA A PÁGINA (A CRIAR) DA

CAMPANHA ENVIO DOS E-MAILS EM SÉRIE PARA AS IPSS'S NO DIA DE LANÇAMENTO

JOANA

→ DURANTE A CAMPANHA TODOS OS DIAS ATUALIZAR A LISTA EXCEL PARA O

EFEITO COM TODOS OS DADOS NECESSÁRIOS (AS CANDIDATURAS CHEGAM VIA EMAIL)

JOANA

→ FINAL DA CAMPANHA SELEÇÃO DAS IPSS'S CONTEMPLADAS / CONTACTO / AGENDAMENTO DA INSTALAÇÃO DO EQUIPAMENTO

JOANA

fundação



galp energia

Anexo 3 – Monofolha da divulgação da campanha via e-mail

ENERGIA SOLIDÁRIA - DOAÇÕES
Estão abertas as candidaturas para a Vaga de Inverno 2013!



A **Fundação Galp Energia** continua a levar a sua energia positiva às IPSS carenciadas dos distritos de Lisboa e de Setúbal através de uma parceria com a Unidade de Negócios Gas&Power, no âmbito dos Serviços Galp Comfort e outros parceiros (Bosch Termotecnologia para esquentadores e Gasfomento para o transporte e instalação dos equipamentos).

Nesta vaga de Inverno 2013 da **Campanha Energia Solidária - Doações** as IPSS's podem candidatar-se à oferta de 4 esquentadores da marca Vulcano, 2 caldeiras da marca Vulcano (1 convencional e outra de condensação), 1 fogão a gás da marca Zanussi, 1 placa a gás da marca Bosch e a 1 máquina lavar roupa bitérmica da marca Electrolux (tem a particularidade de poder receber água quente de um esquentador ou caldeira). Conheça os equipamentos e as suas características técnicas no site da Fundação Galp Energia!

A oferta inclui a entrega e instalação dos equipamentos, bem como, a realização de testes para avaliação das condições de ventilação e exaustão e a verificação da estanquicidade das instalações de gás. Este trabalho, realizado em prol da segurança, é levado a cabo por técnicos credenciados dos Serviços Galp Comfort da Galp Energia.

Nota: devem estar asseguradas as condições físicas para instalação dos equipamentos

As IPSS interessadas poderão candidatar-se até ao dia **6 de Janeiro de 2014** através do **formulário** disponível em www.fundacaogalpenergia.com.

A sua IPSS pode ser uma das contempladas, contribuindo para o conforto e bem-estar dos seus utentes!
Envie-nos a sua candidatura até 6 de Janeiro.

Com os melhores cumprimentos e votos de boas festas,

fundação  galp energia

Anexo 4 – Banner da Campanha Energia Solidária – Doações 2014



Anexo 5 – Ficheiro *Excel* das candidaturas (Campanha Energia Solidária – Doações 2014)

Campanha Energia Solidária													
2ª Vaga 2013													
Nº Candid.	Nome		Distrito	Moradas		Telefone	Telemóvel	E-mail	Nº Contribuinte	N.º Utentes	Âmbito actuação	Justificação	
	Extenso	SIGLA		Sede	Instalação								
1	Alma Alentejana, Associação para o Desenvolvimento, Cooperação e Solidariedade Social			Setúbal	Av. Professor Ruy Luís Gomes, Nº 13, R/C, 2810-274 Laranjeiro		212540053		geral@almaalentejana.pt	503776084	140	Idosos	construção de uma lavandaria para a comunidade e substituição dos aparelhos que dizem respeito ao aquecimento de água
2	Centro Comunitário de Desenvolvimento Social de Lisboa		CCD-Social	Lisboa	Alameda D. Afonso Henriques nº42 1900-181 Lisboa		218409010	917247874	ccdsocial@ccd-coop.pt	505149095	680	colónias de férias, apoio domiciliário e cantinas sociais	necessitam de equipamentos gasodomésticos para a prestação de serviços aos utentes
3	Associação de Iniciativas Populares para a Infância do Concelho de Almada		AIPICA	Setúbal	Rua Galileu Saúde Correia, 2800-692 Pragal		212723426		pcristino@aipica.pt	500748918	65	Crianças	O esquentador existente no infantário não funciona devidamente, necessitando de ser substituído urgentemente.
4	Centro Paroquial e Social da Sagrada Família de Miratejo/Laranjeiro			Setúbal	Rua Florbela Espanca, nº 27, 2855-239 Miratejo		212531289	916725647	cpsfamilia@gmail.com	506598004	170	Creche e Pré-escola	Uma nova máquina de lavar roupa, pois a antiga avariou e o seu arranjo é demasiado caro.
5	Associação de Pais para a Educação de Crianças Deficientes Auditivas		APECDA	Lisboa	Estrada do Lumiar, nº15, 1990-186 Lisboa		217520552	910940400	upf@apecda-lisboa.org	192294504			Os equipamentos existentes têm já um elevado tempo de utilização, encontrando-se em estado de deterioração avançado.
6	Associação Para a Educação e Reabilitação de Crianças Inadaptadas de Mafra		APERCIM	Lisboa	Rua Santa Casa da Misericórdia, nº5, 2640-528 Mafra		261818200		apercim.mafra@sapo.pt	503280925	400	Apoio a crianças e a pessoas com deficiência	Têm uma Quinta pedagógica e é necessário equipar o espaço com um fogão onde os utentes possam confeccionar as suas refeições.
7	Comissão Unitária de Reformados, Pensionistas e Idosos do Prior Velho			Lisboa	Praceta de São Pedro, nº 1, 2685-384 Prior Velho			968490945	curipriorvelho@gmail.com	502466952	300	Centro de Dia, Apoio Domiciliário, Centro de Convívio, e lavandaria.	Associação com baixos recursos financeiros e a necessitar de alguns electrodomésticos para o seu funcionamento regular.
8	ASAVIDA			Lisboa	Rua da pedreira n. 3 e 5 Dagorda, 2550-500 Vermelha		262691016		ass.asavida@gmail.com	507015789	50	Terceira Idade	A caldeira existente não chega para a lotação da instituição. O fogão também já não consegue confeccionar toda a comida a horas.
9	NHC (Social) - Cooperativa de Solidariedade, CRL			Lisboa	Rua Fernando Maurício, 37 - A, 1950-450 Lisboa		219498682	917234398	nhcsocial@nhc.pt	504391178	733	Apoia famílias carenciadas	Necessitam da instalação de uma nova caldeira e de uma placa vitrocerâmica para a creche que está a ser construída de raiz.
10	Jardim Infantil Branca de Neve das Irmãs da Misericórdia			Lisboa	Av da República 1968, 2775-272 Parede		214572657	964557242	brancadeneve@netcabo.pt	501666320	60	Educação pré-escolar	Necessitam de instalar uma nova Caldeira porque a que dispõem já tem muitos anos de vida
11	Santa Casa da Misericórdia de Setúbal			Setúbal	Rua Acácio Barradas, Nº2, 2900-197 Setúbal		265520964	914918550	daniel.novo@misericordiadesetubal.pt	500731187	278	3ª idade e os mais desfavorecidos a nível economico e social	A Caldeira já tem alguns anos e precisam de uma maquina de lavar roupa porque as roupas dos utentes são lavadas no lar
12	Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental		APPACDM de Setúbal	Setúbal	Avº S. Francisco Xavier, Lote 8, Cave, 2900-616 Setúbal		265541160	910784432	appacdmset@sapo.pt	504646869	1000	População desfavorecida	A Instituição possui várias respostas residenciais e tem com frequência de proceder à substituição deste tipo de material.
13	Centro Paroquial de Bem Estar Social de Alfama			Lisboa	Beco Bicha nr 3 A, 1100-095 Lisboa		218875045	960023521	centroparoquialalfama@gmail.com	197400086	115	Creche, Jardim de infância, ATL e convívio de idosos	Necessitam de uma máquina de lavar roupa para lavar a roupa da instituição.
14	Associação de Assistência a Idosos e Deficientes de Oeiras			Lisboa	Rua de Milão nº 15 A - Laveiras, 2760-084 Caxias		214414620	913630326	gaio.sibila@gmail.com	502536489	110	Lar, apoio domiciliário e centro de dia	Pedem uma maquina de lavar roupa de modo a diminuir os gastos e abranger a população do lar residencial de 10 utentes.
15	Associação do Lar de Idosos de Pegões			Setúbal	Rua Catorze de Dezembro, n.º 118, 2985-212 Pegões		265898172		alippegoes@hotmail.com	504023730	10	Estão a construir uma Creche para um total de 33 crianças.	Os equipamentos são para equipar a futura Creche.
16	Jardim Infância Popular			Lisboa	Rua Dr. António José de Almeida n.º 11, 2735-051 Aqualva		219140288		jipopular@hotmail.com	501138242	154	Apoio à infância	Melhoria das condições de serviços prestados aos utentes.
17	Associação Jardim Infância "O Sonho"			Setúbal	Travessa do Centeio nº 4, 2910-459 Setúbal		265087906	938130408	osonho_ap@hotmail.com	501076174	1300	Apoio a crianças, cujas famílias possuem níveis socioeconómicos muito baixos	Promover algumas campanhas de solidariedade
18	Associação Meninos de Oiro			Setúbal	Rua Helena da Conceição dos Santos e Silva, 31, 2925-531 Azeitão		212180703	917587766	meninosdeoiro@gmail.com	506414035	175	Associação de Defesa dos Direitos da Criança de Azeitão e Setúbal	Têm famílias necessitadas de máquinas de lavar roupa e fogões.
19	Centro Social Comunitário e Paroquial de São Jose da Charneca de Caparica			Setúbal	Rua do Vale do Rosal-Palhais, 2820-236 Charneca da Caparica			912285095	cpsaojose@gmail.com	504246372	70		
20	Centro Comunitário de Desenvolvimento Social de Lisboa		CCD-Social	Lisboa	Alameda D. Afonso Henriques nº42 1900-181 Lisboa		218409010	917247874	ccdsocial@ccd-coop.pt	505149095	680	Colónia de férias e serviço de apoio domiciliário Cantinas sociais	Para a prestação de serviços aos utentes necessitam de máquina de lavar a roupa e fogão.
21	Associação Humanitária de Bombeiros Voluntários de Vialonga			Lisboa	Rua Nossa Senhora da Assunção Nº 9, 2625-680 Vialonga		219527312	915402204	direccao@ahbvialonga.com	501211462	500	Prestação de socorro	Necessitam de ter equipamentos capazes de aquecer a água para poderem tomar banho após as ocorrências.
22	Creche e Jardim de Infância da Liberdade		AIPICA	Setúbal	Rua Galileu Saúde Correia, 2800-692 Pragal		212723426		pcristino@aipica.pt	500748918	65	O infantário acolhe diariamente 65 crianças, entre os 2 e os 5 anos	O esquentador existente no infantário não funciona devidamente, necessitando de ser substituído urgentemente
23	Creche e Jardim de Infância do 25 de Abril		AIPICA	Setúbal	Rua Bernardo Francisco da Costa, nº6 1º, 2800-028 Almada		212723426		pcristino@aipica.pt	500748918	72	Este infantário recebe diariamente 72 crianças, dos 4 meses aos 5 anos.	O esquentador existente no infantário não funciona devidamente, necessitando de ser substituído urgentemente
24	Creche e Jardim de Infância da Trafaria		AIPICA	Setúbal	Rua 1ª de Maio, 2825-883 Trafaria		212723426		pcristino@aipica.pt	500748918	41	Este infantário acolhe diariamente 41 crianças, dos 2 aos 5 anos.	O esquentador existente no infantário não funciona devidamente, necessitando de ser substituído urgentemente
25	Lar Nossa Senhora Aparecida			Lisboa	Rua Avelino António Paiva, nº 21, Ponte da Bica, Canaças, 1685-519 Canaças		219816708	919259661	insa@netcabo.pt	502958855	27	Lar de idosos	A caldeira está com alguns problemas, necessitam também de uma máquina de lavar a roupa.

26	Centro Social S. Pedro do Afonsoeiro	CSSPA	Setúbal	Rua José Rodrigues Miguel L42, 2870-466 Montijo	214008546	914968155	abrir.caminhos@gmail.com	502393920	14	Acolhimento de crianças e jovens em risco	Aquisição de uma máquina de lavar roupa, para o Lar.
27	Centro social e paroquial de Nossa Senhora da Atalaia		Lisboa	Adro da Igreja s/ nº, 2870-704 Atalaia	212137535	915943761	dir.csatalaia@gmail.com	507361946	200	Creche, jardim de infância pré-escolar. e componente de apoio à família CAF	Aquisição de uma máquina de lavar roupa.
28	Associação Picapau		Lisboa	Rua do Arneiro Qt. N.º Sr.ª da Conceição, 2005-607 Póvoa da Isenta	243491424	967607657	secretaria@picapau.pt	503080993	55	Prevenção, Tratamento e Reinserção Social de Toxicodependentes	Necessitam de equipamentos para as 3 valências, não especificaram quais.
29	Assoc. Ref. Pensionistas e Idosos de Agualva-Cacém	ARPIAC	Lisboa	Rua de S. Paulo nº 11 - bairro de Eureka, 2735-547 Cacém	219129460	966852239	arpiac2003@hotmail.com	501284419	261	Apoio ao idoso e à criança	Necessitam de uma caldeira e/ ou de uma máquina de lavar a roupa, equipamentos existentes estão em mau estado.
30	Associação Unitária Reformados Pensionistas e Idosos da Torre da Marinha	AURPI Torre da Marinha	Lisboa	Rua Luís de Camões nº220, 2840-440 Torre da Marinha	212224597	967271649	aurpitm@gmail.com	501375201	90	Apoio ao idoso	Estão a promover a realização de uma obra, para a implementação das respostas sociais de centro de dia e apoio domiciliário
31	Centro Social o Bom Samaritano		Setúbal	168 Alhos Vedros	218014354	914086711	csbs1@hotmail.com	504701550	-	-	-
32	Centro Social e Paroquial de São Paulo		Lisboa	Praça de São Paulo - Igreja de São Paulo, 1200-425 São Paulo	213476304	914214133	csps.paulo@gmail.com	502799684	30	Apoio à comunidade	Querem fazer sopas para os utentes levarem para casa, necessitam de fogão e um novo esquentador
33	Infantário do Povo		Lisboa	Rua do Infantário do Povo, nº1 A/B, 2745-792 Massamá	214378050	968424923	francisco.mmateus@infantario-povo.pt	500905649	115	Infantário dos 4 meses aos 6 anos	Reduzir os gastos energéticos
34	Centro Social paroquial de Nossa Senhora da Ajuda		Lisboa	Rua do Cruzeiro, nº92, 1300-171 Lisboa	213623360	918949774	cspsa@netcabo.pt	500850321	180	Lar - Centro dia - Apoio Domiciliário - Creche - Jardim de Infância	Necessitam de mais uma máquina de lavar a roupa, para dar melhor resposta aos utentes
35	Cooperativa para a Reabilitação de Cidadãos Inadaptados de Sesimbra	CERCIZIMBRA CRL	Setúbal	Rua dos Casais Ricos nº1, 2970-577 Sampaio	212681335		cercizimbra@cercizimbra.pt	500594180	1107	Ensino e reabilitação de crianças, jovens e adultos portadores de deficiência e serviços de apoio à infância e juventude	Substituição dos equipamentos já existentes
36	Cooperativa - Cooperativa de Desenvolvimento Social CRL		Lisboa	Rua das Minas, lote 11 - Loja A, 2610-111 Bairro so Zambujal/Alfragide	214715015		cooperativa@gmail.com	505252589	127	Indivíduos e famílias em situação de exclusão social que necessitem ser apoiadas no seu percurso de inserção	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa para oferecerem um serviço de lavandaria a quem mais precisa
37	Santa Casa da Misericórdia de Almada	SCMA	Setúbal	Rua D. José de Mascarenhas, nº 40, 2800-119 Almada	210113920	932366686	informacoesct@scma.pt	501111859	4309	Desenvolvimento de atividades sociais na área da infância, juventude, idosos, família e comunidade.	Necessidade de melhorar os equipamentos dos 10 estabelecimentos onde estão sediadas as valências
38	Casa do Gaiato de Setúbal		Setúbal	Estrada da Casa do Gaiato de Setubal, 2910-281 Setúbal	265501227		cgsetubal@sapo.pt	500788898	60	Acolher crianças da rua	Há necessidade haver água quente para os banhos, e existe muita roupa suja para lavar
39	Associação Infanta D. Mafalda	AIDM	Lisboa	Rua Professor Sousa Câmara 196, 1070-219 Campolide	213823500		aidm.lisboa@gmail.com	501138641	160	Apoio à população idosa na freguesias de Campolide e Lousa	Necessitam de uma máquina de lavar que garantirá uma maior rapidez na capacidade de resposta e possibilitará apoio a mais famílias.
40	Actividades de Tempos Livres de Bolonha		Lisboa	Rua Guerra Junqueiro nº14, 1ºEsq. 2625-028 Póvoa de Santa Iria	219591606	926572143	atlbolonha@gmail.com	502005173	362	Ação social e educativa de apoio e acolhimento de crianças dos 4 meses aos 14 anos e apoio às famílias.	Necessita de 5 esquentadores para equipar as 5 salas a reestruturar.
41	Grupo de Intervenção e Reabilitação activa	GIRA	Lisboa	Rua Luciano Cordeiro, nº 34, 1º, 1150-216 Lisboa	213544535	936027577	ana.martins@gira.org.pt	503532150	84	Apoio a pessoas com doença mental grave	Necessitam de um fogão e de uma máquina de lavar a roupa.
42	Centro Social e Paroquial de Mafra		Lisboa	Largo do Lar e Centro de Dia, nº 3, 2640-578 Sobreiro	261815883	912482735	centrosocialmafra@gmail.com	502061146	100	Estrutura residencial para idosos e centro de dia e apoio a famílias carenciadas	O esquentador e fogão precisam com urgência de ser substituídos
43	Monte Horebe ABC		Lisboa	Rua da Marinha n.º 1, R/C Dto., 2560-615 Torres Vedras	261325992	961062154	montehorebeabc@gmail.com	502601159	36	Apoio social	Necessitam de substituir os equipamentos existentes.
44	Associação Actividades Sociais Bairro 2 de Maio		Lisboa	Largo do Cantinho s/n, 1300-116 Lisboa	213632399	919475668	aasb2maio@gmail.com	500849706	200	Apoio social a toda a comunidade	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa.
45	Probem-Associação de Idosos de Agualva		Lisboa	Largo da República, Nº 9, 2735-168 Agualva-Cacém	219140105		probem2011@gmail.com	504818783	60	Apoio a idosos	Necessitam de equipamentos para uma nova valência de apoio (cozinha)
46	Associação Portuguesa para a Prevenção e Desafio à Sida – Associação Ser+		Lisboa	Rua André Homem, Edifício Ser+ nº 60, 2750-783 Cascais	214814130	917553488	sara.rodriguez@sermais.pt	504085670	300	Apoio pessoas infetadas e afetadas pelo VIH/SIDA	Fornecem cerca de 130 refeições diárias e necessitam de equipamentos novos.
47	Associação de Amizade e Solidariedade de Casal de Cambra	SOMALI	Lisboa	Rua de Cádiz, 2605-731 Casal de Cambra	219809830	917222191	solami@solami.org	502748869	400	Apoiam agregados familiares com todo o tipo de necessidades	Necessitam de equipamentos para a instituição e para ter de reserva para emergências sociais
48	Associação Para o Desenvolvimento de Miragaia		Lisboa	Rua do clube nº 1, 2530-419 Miragaia	261423652	918550511	adm.apoio_social@sapo.pt	501943153	53	Serviço de apoio domiciliário e centro de dia para a terceira idade	Os equipamentos existentes são insuficientes para dar resposta ao nº de utentes, candidatam-se ao fogão
49	Fundação Cardeal Cerejeira		Lisboa	R. Cidade Nova Lisboa Traseiras R. Cidade do Negage nº. 7 e 9 C/V, 1800-106 Lisboa	218151407		sede@fccerejeira.com	500734364	220	Ação Social - Jardim infantil, Centro de Dia, SAD, Convívio e Lar	Substituição de algum equipamento
50	Casa São Pedro de Alverca		Lisboa	R. João Mantas, 35, 2615-102 Alverca do Ribatejo	219589180	962923488	joamarques.casas.pedroalverca@gmail.com	501131213	300	IPSS Lar de Idosos (eri), Apoio Domiciliário (SAD), Centro Dia	Necessitam de caldeira p/aquecimento de águas das novas instalações.
51	"A Gralha" Associação para o Desenvolvimento de Porto Covo		Setúbal	Rua Conde Bandeira nº 26, 7520-131 Porto Covo	269905006	960022820	ass.agralha@gmail.com	504405470	30	Resposta Social de Centro de Dia para idosos com valência de Lavandaria	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa e caldeira/esquentador para os banhos e refeições que fornecem
52	Centro Comunitário da Quinta do Conde		Setúbal	Rua José Relvas, lote 640, 2975-325 Quinta do Conde	212137730	918037589	geral@ccqc.pt	501938249	531	Apoio à família e à comunidade com diversas valências	A residência necessita de um esquentador, de um fogão e de uma máquina de lavar a roupa, os existentes estão danificados.
53	CERCICA, CRL		Lisboa	Rua Principal, 320 - Livramento, 2765-383 Estoril	214658590	968490899	joana.rosario@cercica.pt	500594120	40	Promover o alojamento e a prestação de cuidados individualizados e personalizados a pessoas com deficiência e/ou incapacidades	Vão inaugurar brevemente quatro novas Unidades Residenciais.
54	Centro Social e Paroquial N.º Sr.ª Mãe de Deus da Buraca		Lisboa	Praça Luís de Camões (Igreja), 2610-103 Buraca	214713519	939301565	sede@cspburaca.mail.pt	501796649	207	Apoio sócio-educativo e apoio sócio-económico	Equipamentos existentes estão muito velhos.
55	Associação de Paralisia Cerebral de Lisboa	APCL	Lisboa	Avenida Rainha Dª Amélia, 1600-676 Lisboa	217540692	962140945	sede@apcl.org.pt	506610624	568	Apoio a pessoas com paralisia cerebral e respectivas famílias	Necessitam de uma nova máquina de lavar a roupa na casa de Benfca e outra para o centro Nuno Belmar da Costa

56	Cáritas Paroquial de Vila Franca de Xira		Lisboa	Rua António Maria Eugénio D'Almeida 30F, 2600-103 Vila Franca de Xira	263282932		caritas.xira@gmail.com	501715029	274	Apoia famílias carenciadas da Freguesia de Vila Franca de Xira e dá apoio domiciliário a idosos	Substituição dos equipamentos antigos
57	Renascer - Associação Cristã de Reabilitação, ação social e cultural		Lisboa	Rua Casal da Serra, Quinta da Serra, 2790-198 Carnaxide	214367422	966266935	renascer.acrasc@gmail.com	503873276	72	Apoio social a toda a comunidade	Em prioridade para a casa de acolhimento e posterior apoio social a famílias carenciadas
58	Associação de Reformados Pensionistas e Idosos do Fogueteiro		Setúbal	Rua da Escola Primária, s/nº, 2845-156 Fogueteiro	212256044	961515229	arpifogueteiro@hotmail.com	503103217	150	Apoio a pessoas idosas e/ou carenciadas	Necessitam de uma máquina de lavar roupa, só têm uma para 150 utentes
59	Centro Social da Musgueira		Lisboa	Rua Maria Margarida Nº 6, 1750-186 Lisboa	217591775	966440189	mediateca@csmusgueira.pt	500954445	600	Promoção humana, capacitação, desenvolvimento e integração dos moradores da Alta de Lisboa.	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa e de um esquentador.
60	Associação de Reformados, Pensionistas e Idosos de Fernão Ferro		Setúbal	Rua da República Lt. 276 F, 2865-065 Fernão Ferro	212123095	914569878	arpiff.direcao@gmail.com	502581182	92	Apoio a idosos através das respostas sociais de Centro de Dia e Apoio Domiciliário	Necessitam de caldeira e máquina de lavar a roupa para fazerem a higiene dos utentes
61	Associação Coração Amarelo - Delegação de Lisboa		Lisboa	Av. De Ceuta Norte, Quinta do Loureiro. Lote 15, 3ºsq. 1300-125 Quinta do Loureiro	217950055	917663532	secretariado.del.lisboa@coracaoamarelo.org	504813846	185	Combate à solidão (pessoas idosas e/ou com dependências)	Beneficiários carenciados que necessitam de electrodomésticos no seu domicílio.
62	Horas de Sonho, apoio à criança e à família, crl		Lisboa	Rua Alfredo Ferraz Lote R7 loja, 1600-003 Carnide	217159956	916809321	horasdesonho@gmail.com	505987236	413	Apoio à comunidade (babysitting, centro de animação, workshops, acompanhamento sénior)	Substituição da caldeira (que se avariou este ano)
63	Associação de Reabilitação e Integração Ajuda	ARIA	Lisboa	Praça de Goa, n.º 4 (Bairro do Restelo), 1400-184 Lisboa	213641099	964822562	aria.sede@gmail.com	502690020	261	Pessoas com problemas de saúde mental, em desvantagem psicossocial	Alargar o leque de respostas disponibilizadas aos nossos clientes e à comunidade
64	Cercioeiras, CRL		Lisboa	Rua 7 de Junho, 57, 2730-174 Barcarena	214239680		geral@cercioeiras.pt	500661952	1000	Pessoas com deficiência intelectual	A máquina de lavar a roupa que se possa ligar aos colectores de energia solar já existentes. Placa do fogão para confecção de bolos para venda
65	Soluções para a Deficiência	BIPP	Lisboa	Rua Costa Pinto, 11 r/c, 2765-473 São João do Estoril	213180288	962390448	bancoibipp@gmail.com	508908507	72	Jovens com dificuldades intelectuais e desenvolvimentais	Máquina de lavar porque a IPSS integra os jovens no mercado de trabalho nas áreas da agricultura, jardinagem, administrativa e produção de produtos gourmet.
66	Liga dos Amigos da Terceira Idade « Os Avós»		Lisboa	Av. José Estêvão de Morais Sarmento nº 8, 2710-583 Sintra	219230466		accaosocial.osavos@sapo.pt	501324887	110	Apoio à Comunidade em Centro de Dia e Apoio Domiciliário	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
67	Instituto de Apoio à Comunidade		Lisboa	Estrada dos Caniços lj. 5 Edifício Olival Parque, 2625-404 Forte da Casa	219533060	917885972	info.iac@mail.telepac.pt	501901230	800	Ação social, na prevenção e apoio nas diversas situações de fragilidade, exclusão ou carência humana	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
68	Centro Infantil Quinta Nova		Setúbal	Rua do Antigo Olival nº6 E11, 2910-060 Setúbal	265741759	962682635	c.i.quintanova@hotmail.com	500832242	83	Creche e Educação Pré-escolar	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
69	Centro de Bem Estar Social da Amadora		Lisboa	Praça da Igreja, nº 4 A, 2700-458 Amadora	214941740	914566063	ritagomes.cebesa@sapo.pt	500849234	1100	Presta um serviço de ação social na área da infância e terceira idade	Necessitam de adquirir uma máquina de lavar roupa para o equipamento de infância do Casal da Mira (creche - 15 crianças; e jardim de infância - 25)
70	Associação dos Reformados e Idosos da Freguesia de Amora	ARIFA	Setúbal	Rua Cidade de Maputo, 2845-572 Amora	212268150	964208142	mcaeiro.arifa@gmail.com	501049010	300	Apoio à terceira idade e a agregados em situações de carência social.	Não especificam qual o equipamento que mais necessitam, apenas querem promover o conforto, bem estar e qualidade de vida dos utentes.
71	Centro de Acolhimento de Alcântara	VITAE	Lisboa	Rua de Cascais n.º1, 1300-120 Lisboa	213628501	918482063	claudia.silva@assoc-vitae.org	503541117	50	Apoio a toxicodependentes sem enquadramento sócio-familiar da Cidade de Lisboa	Substituição dos equipamentos existentes que se encontram estragados. Necessitam de caldeiras e esquentadores para a higiene dos utentes.
72	Sec. Diocesano de Lisboa da Pastoral dos Ciganos		Lisboa	R. Cid. de Bolama, 5-2º esq. 1800-076 Lisboa	218406698	917275772	manuela.mendonca@sapo.pt	504615772	500	Pré-escolar; Actividades de Tempos Livres. Apoio comunitário	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
73	Centro Popular D'Espie Miranda		Lisboa	Rua Inácio Pardelhas Sanches, Quinta da Mineira, 1070-146 Campolide	213881945	968255110	centropopular@gmail.com	500773165	45	Lar residencial para idosos	Não especificam qual o equipamento que mais necessitam, apenas querem promover o conforto, bem estar e qualidade de vida dos utentes.
74	Associação Ester Janz		Lisboa	Av. Infante D. Henrique, n.º 286, 1950-421 Lisboa	218311200	938437981	miguerra@janz.pt	501318798	320	Dedica-se à educação e formação de Crianças desde a Creche até ao 1º ano	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa para poderem lavar os lençóis, babetes, fraldas de pano, mantas, etc.. Das 240 crianças.
75	Centro social paroquial de São Domingos de Benfica		Lisboa	Rua Padre Carlos dos Santos, nº16, 1500-901 Lisboa	217202100		direccao@sdomingos.net	501875875	328	Creche com Berçário, Jardim de Infância, Centro de Dia, Serviço de Apoio Domiciliário, Lar de Idosos	Necessitam de uma máquina de lavar a roupa nova porque a existente não é industrial e tem um desgaste muito grande.
76	Centro Social de Sacavém		Lisboa	Rua Padre Filinto Ramalho, nº10, 2685-056 Sacavém		964557750	directoraocss@gmail.com	501404457	150	Creche, pré-escolar, centro de dia, apoio ao domicílio, apoio à família.	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
77	Associação de Reformados Pensionistas e Idosos de Arrentela		Lisboa	Calçada da Boa Hora, nº 23, 2840-147 Arrentela	212224857	932000116	arpiarrentela@hotmail.com	502946431	96	Centro de dia e apoio domiciliário a pessoas idosas e dependentes	Necessitam de um esquentador para uma família. Para a instituição necessitam de termo acumuladores novos para darem banhos quentes aos utentes.
78	Associação de Intervenção para a Mudança	ORIENTAR	Lisboa	Rua Álvaro Coutinho, nº 15, r/c dto, 1105-025 Lisboa	218418630	919730611	ana.lucia.fernandes@orientar.pt	510044700	280	Promover a inclusão social e profissional de pessoas excluídas e/ou em risco de exclusão	Não especificam qual o equipamento que mais necessitam, apenas querem promover o conforto, bem estar e qualidade de vida dos utentes.
79	Lar de Infância e Juventude - Maria Droste		Lisboa	Travessa da Luz, 2, 1600-499 Lisboa	217140086	936992903	mariaadroste.gt@sapo.pt	500892857	30	Acolhimento de Crianças e Jovens em situação de perigo	Substituição dos equipamentos existentes, apresentam grande desgaste.
80	Associação Gerações Sorriso		Setúbal	Rua Capitão Leitão, nº 119 B, 2800-133 Almada	218071622	969344535	geracoes.sorriso@gmail.com	510211623	60	Apoio a famílias e idosos carenciados do concelho de Almada.	Pedem um termocumulador ou esquentador, para poderem fazer a manutenção do espaço da cozinha após confecção das refeições.
81	Obra "O Nazareno" - Centro de Apoio Social		Lisboa	Praça Eduardo Mondlane, Lt 547 1º, 1900-677 Lisboa	218595766	926541515	obraonazareno@netcabo.pt	503152803	144	Apoio a pessoas com problemas socioeconómicos, sociofamiliares e em situação de exclusão social e o acolhimento de crianças e jovens em risco.	Substituição do esquentador e da máquina de lavar a roupa, apresentam grande desgaste.
82	Obra "O Nazareno" - Centro de Apoio Social		Lisboa	Rua Antonio Andrade nº 48, 1700-044 Lisboa	218408882	926541515	obraonazareno@netcabo.pt	503152803	15	Apoio a pessoas com problemas socioeconómicos, sociofamiliares e em situação de exclusão social e o acolhimento de crianças e jovens em risco.	Substituição do fogão e da máquina de lavar a roupa, apresentam grande desgaste.
83	Fundação "O Seculo"		Lisboa	Avenida Marginal, nº4350, 2765-246 S. Pedro do Estoril	214647770	915291719	monica.meireles@oseculo.pt	504617990	800	Apoio a crianças e jovens, idosos e pessoas com dependência, pessoas em situação de carência económica, desempregados de longa duração	Substituição da máquina de lavar a roupa da instituição, apresenta grande desgaste.
84	Centro Paroquial do Estoril		Lisboa	Rua D. Afonso Henriques, 1760, 2765-576 Estoril	214686797	912485842	miguel.santos@cpestoril.pt	501646825	1318	Creche, Jardim-de-infância, Centro de Dia, Serviço de Apoio Domiciliário, Banco Alimentar.	Máquina de lavar para lavandaria comum e substituição de equipamentos para a cozinha que serve mais de 1200 refeições por dia.
85	Cruz Vermelha Portuguesa		Lisboa	Rua Vasco da Gama, nº223, 2775-297 Parede	214570924	919700316	dcostaestoril.secretaria@cruzvermelha.org.pt	500745749	950	Área social com atividades na saúde, reabilitação, ação social e formação	
86	Santa Casa da Misericórdia de Sintra		Lisboa	Av. Almirante Gago Coutinho, edif. 9, 2710-438 Portela de Sintra	219239270		carla.barradas@miseriordiadecintra.pt	501129545	2000	Ação Social, apoio ao idoso e Infância.	1 caldeira para o J.I. do Banhão, 1 máquina de lavar roupa para substituição da existente na lavandaria, 1 esquentador para ATL e 1 caldeira para o balneário social
87	Ligar à vida - Associação de Gestão Humanitária para o Desenvolvimento		Lisboa	Rua Marquesa de Alorna nº4, 2620-270 Ramada	262608004	916977272	ljgaravida.bombarral@gmail.com	508450918	189	Centro de apoio à deficiência	Precisam de uma máquina de lavar roupa e de um fogão para as novas instalações no Bombarral.

Anexo 6 – Notícia do Jornal Económico (cabazes de natal 2013)

17/6/2014

Galp apoia 3.750 famílias carenciadas com cabazes alimentares | Económico

Económico

Galp apoia 3.750 famílias carenciadas com cabazes alimentares

ANA MARIA GONÇALVES
18/12/13 10:44

A Galp vai entregar cabazes alimentares de Natal, numa acção que se repete pela terceira vez e que este ano abrange 3.750 famílias carenciadas de Lisboa, Matosinhos, Sines e Madrid.

A acção 'Cabazes Solidários 2013', organizada pela Galp Voluntária e pela Fundação Galp Energia, decorre ao longo do dia de hoje em Portugal e no início de Janeiro em Espanha, próximo do dia de Reis.

Tal como nos anos anteriores, os cabazes são entregues por elementos da Galp Voluntária - o programa de voluntariado da empresa, que conta com mais de 600 colaboradores - a famílias das zonas onde a empresa tem uma presença mais visível. Estas famílias foram referenciadas pelo Instituto de Segurança Social de acordo com a dimensão das suas necessidades.

<http://econo.mico.sapo.pt/noticias/np/print/183901>

1/1

Anexo 7 – Reportagem do Correio da Manhã TV (Recuperação Centro Social dos Anjos)



A reportagem completa segue em formato digital.

Anexo 8 – Notícia do Diário de Notícias (Exposição Virtual sobre a Ponte sobre a 2ª Circulação)

CISION

Diário de Notícias

ID: 50602498

04-11-2013

Tiragem: 34400

País: Portugal

Period.: Diária

Âmbito: Informação Geral

Pág: 19

Cores: Cor

Área: 27,23 x 22,99 cm²

Corte: 1 de 1



Ponte sobre a 2.ª Circular sem data para estar pronta

Lisboa. Travessia esteve prometida para 2012. Obras já começaram mas Fundação Galp Energia não dá prazo para conclusão

INÊS BANHA

Era para ter ficado concluída até 4 de outubro, mas, um mês depois, a ponte pedonal e ciclável sobre a 2.ª Circular continua a ser uma promessa. A conclusão da obra, promovida pela Fundação Galp Energia com o apoio da Câmara Municipal de Lisboa (CML), chegou a estar anunciada para a primavera de 2012, mas foi apenas em abril deste ano que os trabalhos se iniciaram. Agora, a entidade responsável prefere não avançar com um novo prazo.

Foi em março que a Lisboaágas – que integra o Grupo Galp Energia – e a autarquia celebraram o protocolo para a construção daquela que já foi considerada um dos novos “ícones de Lisboa”, estabelecendo “o dia 4 de outubro de 2013 como prazo limite de conclusão da obra”.

Só que, um mês depois dessa data, a ponte pedonal e ciclável sobre a 2.ª Circular entre a ciclovia de Telheiras e as Torres de Lisboa tem apenas parte das fundações.

“A única coisa que podemos dizer é que o tabuleiro metálico, que é a peça mais marcante da estrutura, já se encontra concluído e que os trabalhos no terreno prosse-

guem a ritmo acelerado de forma a que se possa proceder à montagem no mais breve espaço de tempo possível”, limita-se a adiantar fonte oficial da fundação, alegando que, “dada a complexidade do projeto”, não será feito “nesta altura qualquer comentário” sobre a sua construção.

Já a CML não respondeu às perguntas do DN, nomeadamente quanto à eventual aplicação de uma sanção devido ao incumprimento do prazo. No protocolo, publicado em boletim municipal, a única ressalva à data acordada refere-se a “eventuais prorrogações que sejam unicamente devidas a atrasos no processo de licenciamento que não possam ser imputados” ao adjudicatário da execução da obra.

Obra começou por ser gratuita

Anunciada em setembro de 2011 para a primavera seguinte pelo socialista António Costa, então a cumprir o segundo mandato à frente da autarquia, a ponte pedonal e ciclável sobre a 2.ª Circular representava inicialmente um investimento de 1,2 milhões de euros suportado na totalidade pela Fundação Galp Energia – algo que acabou por não se verificar. Isto porque, de acordo com o contrato ce-



Trabalhos de construção da travessia tiveram início em abril passado



Maquete que exhibe o aspeto da ponte que está em construção

lebrado entre a Lisboaágas e a CML, a empreitada passou a custar 1,365 milhões de euros, conseguindo a distribuidora disponibilizar somente 900 mil.

A restante quantia – 465 mil euros – é da responsabilidade da autarquia lisboeta, sob forma de dação (restituição) das taxas de ocupação do subsolo devidas pela empresa.

A derrapagem, segundo explicou em abril ao DN fonte oficial da Fundação Galp Energia, deveu-se, sobretudo, às dificuldades na concretização do projeto da autoria de Telmo Cruz e Maximina Almeida – nomeadamente a impossibilidade de construir um pilar de sustentação na 2.ª Circular – e ao montante necessário para o fabrico das peças.

EXPOSIÇÃO

Projeto está disponível online

Desde o final de junho que as imagens do projeto estão disponíveis no site da Fundação Galp Energia. Numa “exposição virtual”, é recordado que o concurso internacional “Pontes para um futuro mais positivo” foi lançado em 2009, tendo sido selecionada a proposta de Telmo Cruz e Maximina Almeida. Os primeiros esboços, a memória descritiva, as maquetas e o mapa da ponte pedonal e ciclável sobre a 2.ª Circular são os documentos disponibilizados, sob a promessa de que a obra iniciada em abril estaria pronta no último mês de outubro. O endereço é www.galpenergia.com.

Anexo 9 – Galeria Art on Chairs (Intranet)



Sociedade Conhecimento
Ambiente Cultura

fundação galp energia

Pesquisa

todo o mygalp

fundação galp energia

dossier: mobilidade sustentável

dossier cultural

fale connosco

mygalp > fundação galp energia > **Exposição Virtual "Art on Chairs"**

Ver todo o conteúdo |

Sobre a Fundação

Estatutos

Órgãos Sociais

Dossier:

Mobilidade

Sustentável

Ciclovia de Lisboa

Ponte sobre a 2ª

Circular

Recortes de

Imprensa

Dossier Cultural

Palácio Nacional

da Ajuda

Casa da Música

Exposição "Art on Chairs"

Livro "O Nosso Tempo"

Livro "História da Refinação em Portugal"

Histórico

Escola da Energia - 2011

Museu Virtual

Vidas Galp

Fale Connosco

Exposição Virtual "Art on Chairs"

Teve lugar no dia 30 de Novembro de 2012 o leilão das cadeiras criadas no âmbito do Duets/Art on Chairs, uma iniciativa que convidou 11 artistas a desenharem cadeiras para 11 individualidades de envergadura internacional, promovida pelo Município de Paredes.

Esta iniciativa eleva o encontro entre a Arte e a Solidariedade de forma inequívoca, superando em dimensão e amplitude a simples união de vontades. Os fundos angariados foram atribuídos à Agência das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR), com o propósito de ajudar esta entidade, que se dedica a coordenar a e conduzir a acção internacional para a protecção dos refugiados, a desenvolver um trabalho ao nível da sua missão.



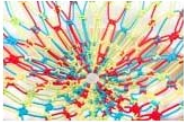






Os diferentes artistas e designers desenharam cadeiras para as mais distintas individualidades - do Prof. Aníbal Cavaco Silva a José Mourinho, passando pelo Arq. Souto Moura e Manoel de Oliveira - que foram depois construídas por diferentes empresas nacionais especializadas no mobiliário.











Licitação Fundação Galp Energia

Ao participar neste leilão, a Fundação Galp Energia não contribuiu apenas para o trabalho do ACNUR, mas também para o reforço das sinergias entre as Artes e a Solidariedade.

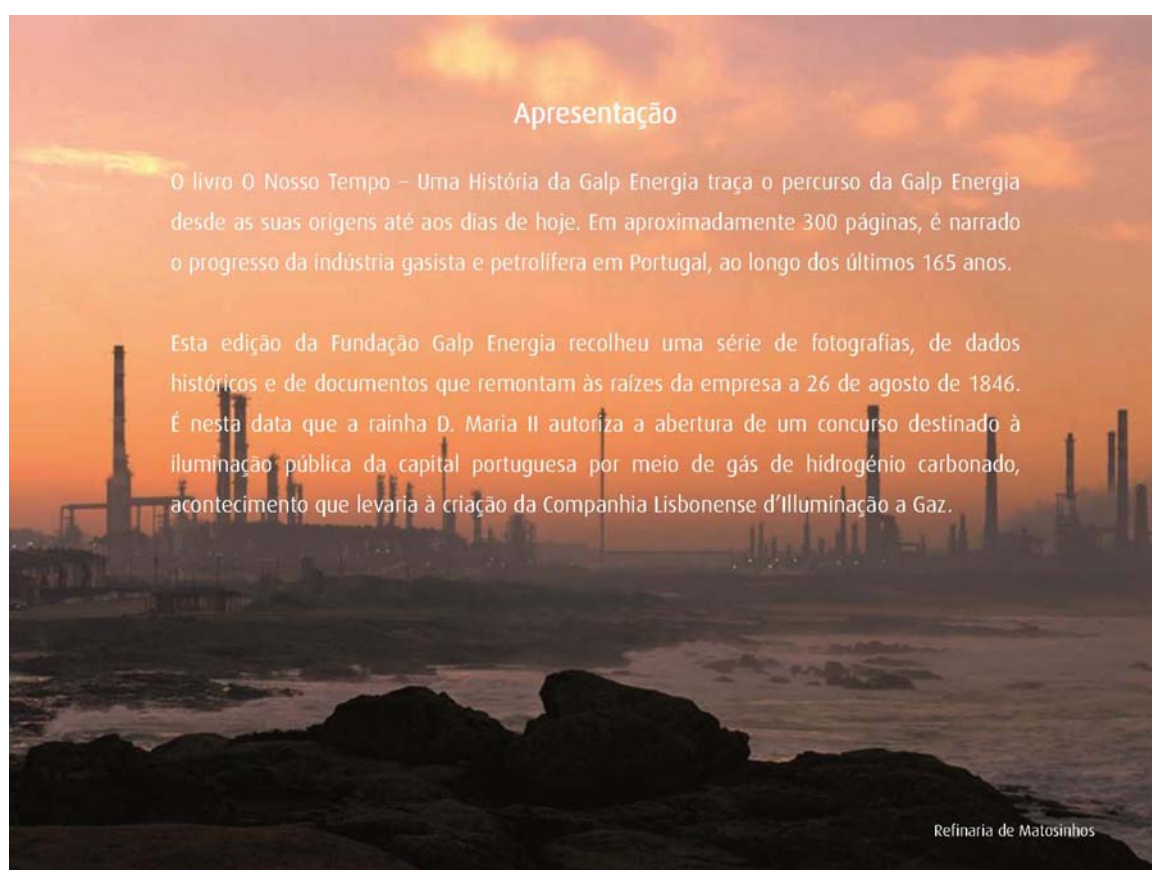
A Fundação Galp Energia licitou assim a cadeira desenhada por Paulo Lobo para o Prof. Aníbal Cavaco Silva, que se trata de uma obra única e que soma ao seu valor criativo e artístico, uma valorização solidária determinante na aquisição desta peça.

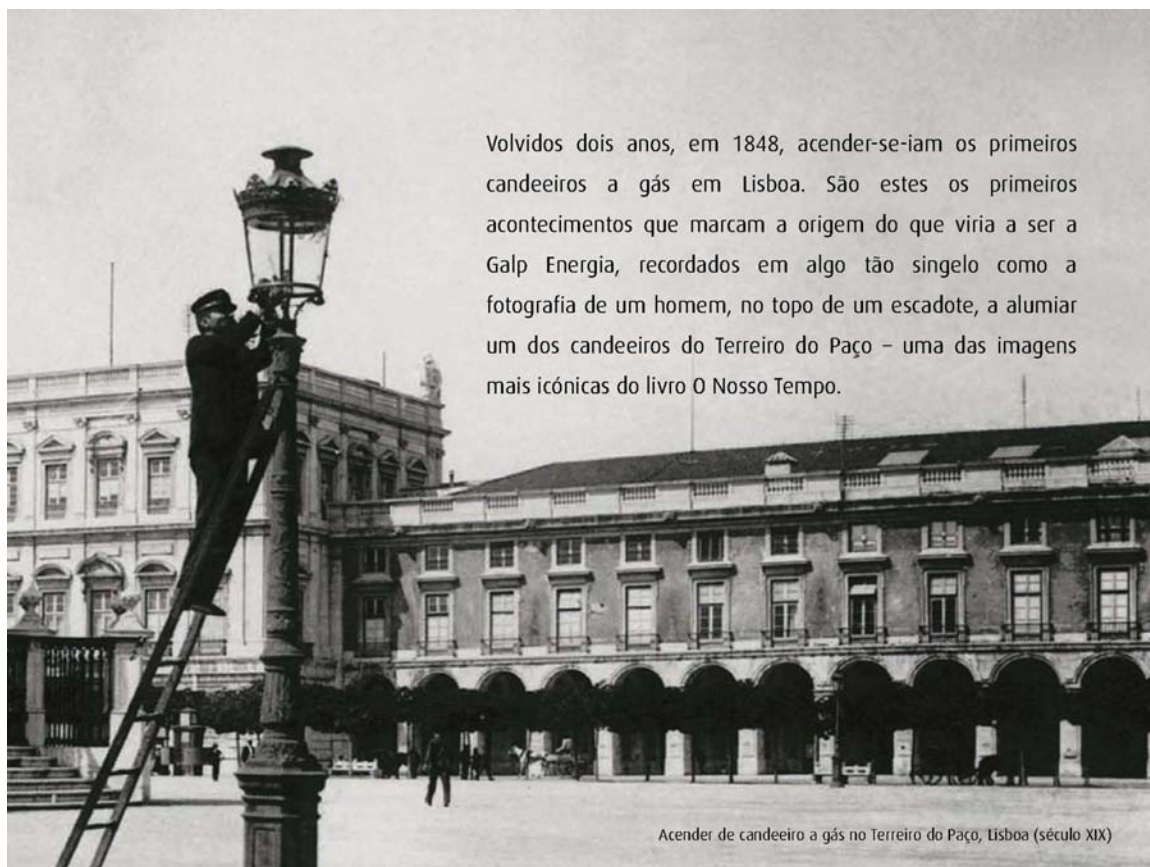
Exposição "Art on Chairs" (Clique nas imagens para ampliar)	
Thumbnail	<p>Name</p> <p>Work President</p>  <p>Descrição</p> <p>Personalidade: Aníbal Cavaco Silva Área: Política Designer: Paulo Lobo Empresa: Antarte</p> <p>Concebida para se tornar na cadeira de trabalho do mais alto representante da Nação, é definida pelo seu autor como uma peça intemporal, envolvente, com porte discreto e que sugere concentração. No leilão foi adquirida pela Fundação Galp Energia e posteriormente doada ao Museu da Presidência.</p>
	<p>Name</p> <p>Work President - pormenor</p>  <p>Descrição</p> <p>Personalidade: Aníbal Cavaco Silva Área: Política Designer: Paulo Lobo Empresa: Antarte</p>
	<p>Name</p> <p>Quem sonha ganha</p>  <p>Descrição</p> <p>Personalidade: José Ramos Horta Área: Humanitária Designer: Riccardo Dalisi Empresa: Dismóvel</p> <p>Construída na Dismóvel Moçambique e com uma forte identidade tribal, a cadeira desenhada para o ex-Presidente da República Democrática de Timor-Leste destaca-se pelo seu original encosto em rattan e pelos tons étnicos contrastantes. Numa encarnação do Sol Nascente.</p>

	Quem sonha ganha - pormenor	
	United Colors for Benetton	<p>Personalidade: Luciano Benetton Área: Sociedade Designer: Luís Pereira Miguel Empresa: CM Cadeiras</p> <p>Partiu da simplificação do logótipo original da marca para conceber uma estrutura em contraplacado de madeira com assento desenhado e realizado à mão em fios de macramé. Uma cadeira funcional e de inegável beleza.</p>
	United Colors for Benetton - pormenor	
	(Un)noted Chair	<p>Personalidade: Eduardo Souto Moura Área: Arquitectura Designer: Cunha Mobiliário Empresa: Cunha Mobiliário</p> <p>Uma cadeira flexível com uma exactidão arredondada e despida de preconceitos, capaz de refletir o pragmatismo e a racionalidade do seu trabalho. Uma cadeira com a simplicidade e a subtilidade que Souto Moura tanto aprecia nas suas criações e tão bem definem o seu desenho e personalidade.</p>
	(Un)noted Chair - pormenor	
	Intemporal	<p>Personalidade: Manoel de Oliveira Área: Cinema Designer: Viriato Hotel Concept Empresa: Virito Hotel Concept</p> <p>Uma ergonómica cadeira em madeira com diferentes inclinações e posições de apoio dos braços, realizada num contraplacado flexível de bétula. Resultado de combinações improváveis de materiais e formas, um pouco como as personagens e histórias dos seus filmes, a cadeira incorpora linho, sisal, couro e alumínio que recriam o universo cinematográfico de Manoel de Oliveira. "Uma cadeira para pensar" tal como pediu o cineasta.</p>
	Intemporal - pormenor	
	Princesa de África	<p>Personalidade: Mia Couto Área: Literatura Designer: Zagas Móveis Empresa: Zagas Móveis</p> <p>"Somos feitos assim de espaçadas costelas, entremeadas de vãos para que o coração seja exposto e ferível." Frase retirada de livro Princesa de África que inspirou a cadeira para Mia Couto. Delicadas ripas de mogno vermelho, a evocar a África móvel, mutável, a Terra Sonâmbula.</p>
	Princesa de África - pormenor	

	Z'Alma	<p>Personalidade: Zalmal Área: Fotografia Designer: Arquitectos anónimos e Inês Gonçalves Empresa: Arquitectos anónimos e Inês Gonçalves</p> <p>Mais do que simplesmente uma cadeira, o resultado é um objeto tão dramático quanto alternativo, tanto na forma como no corte, que incorpora resíduos de cortiça e sobrepõe camadas de contraplacado e Rubber Cork. Junção da palavra "Alma", a componente imortal de todo o ser humano e "Z", a última letra do abecedário que pode recreativamente significar a categorização de uma "consciência de última geração".</p>
	Z'Alma - pormenor	
	Oro e Nero	<p>Personalidade: Mariza Área: Música Designer: Alessandro Mendini Empresa: Azélio e Filhos</p> <p>Alessandro Mendini é exímio na mistura de diferentes culturas e formas de expressão, desenhou uma cadeira de proporções inusitadas e formas nostálgicas, como a voz da intérprete moçambicana, hoje uma "diva da música do mundo." Uma cadeira de aparência simples, mas de grande complexidade produtiva, pela riqueza de pormenores e processos inteiramente manuais.</p>
	Oro e Nero - pormenor	
	Oásis	<p>Personalidade: Maria Bethânia Área: Música Designer: Paolo Rizzatto Empresa: Fanabel</p> <p>Uma cadeira de dobrar, simples, funcional e muito colorida, com uma forte relação com a Terra e a Natureza. Paolo Rizzatto mostra uma grande preocupação na definição de todos os pormenores, desde a escolha da madeira utilizada à escolha dos tecidos, entrelaçados e coloridos para que seja uma cadeira à imagem da alegre e descontraída baiana.</p>
	Oásis - pormenor	
	Lusiadas	<p>Personalidade: José Mourinho Área: Desporto Designer: Indi Design / Rui Pedro Freire e José Luís Ferreira Empresa: Indi Design / Rui Pedro Freire e José Luís Ferreira</p> <p>Ampla, poderosa, complexa, flexível. Chama-se Lusiadas e é a cadeira de repouso e trabalho para uma das personalidades mais representativas de Portugal no mundo, José Mourinho. Amistura das madeiras nacionais, a lona e o couro do revestimento juntamente com elementos estruturais de fibra de carbono, colocam a cadeira na "Contemporaneidade tecnológica do desporto moderno.</p>
	Lusiadas - pormenor	
	CR7	<p>Personalidade: Cristiano Ronaldo Área: Desporto Designer: Nini Andrade Silva Empresa: Disarte</p> <p>Nini Andrade Silva propõe para o conforto e relaxe que a carreira de Cristiano Ronaldo exige, uma chaise-longue com design que contempla formas e movimentos que celebram o seu talento, irreverência, juventude, força e competitividade.</p>
	CR7 - pormenor	

Anexo 10 – Sinopse do Livro “O Nosso Tempo” (criação minha)





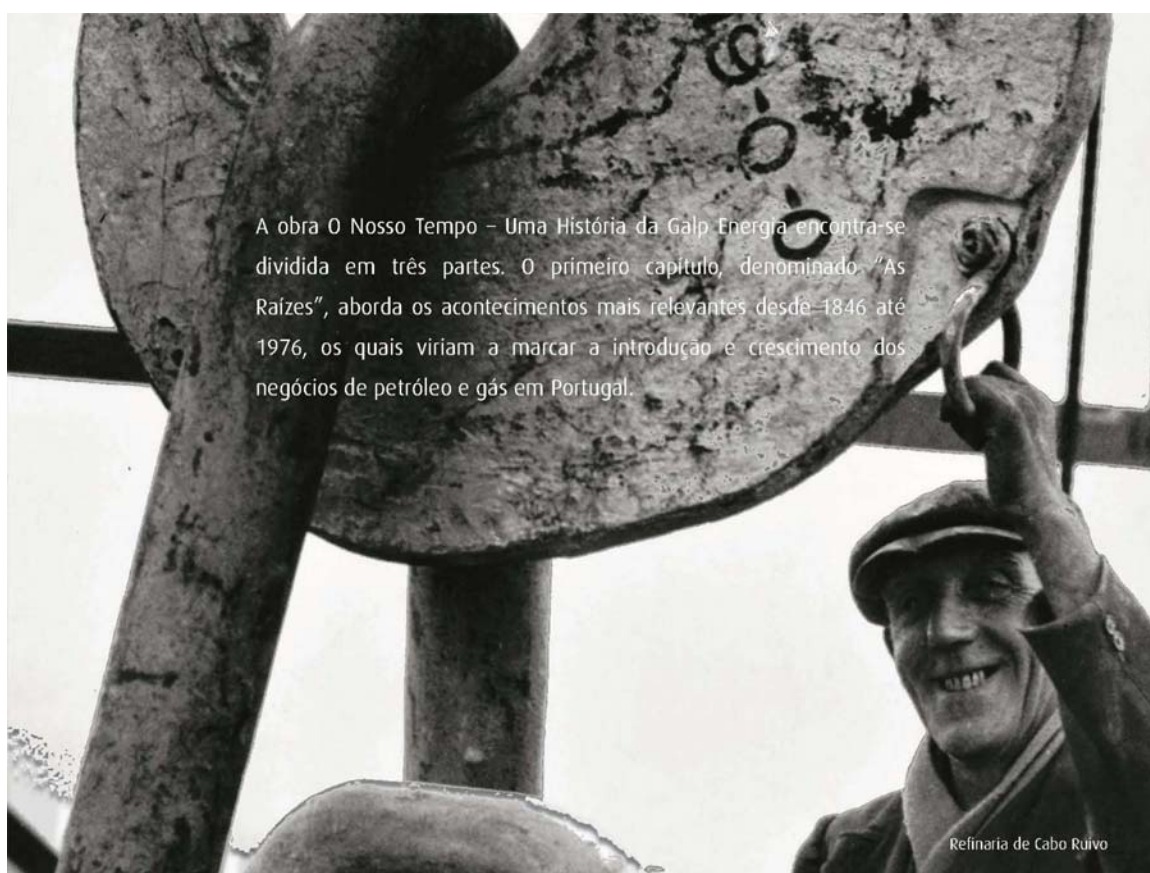
Volvidos dois anos, em 1848, acender-se-iam os primeiros candeeiros a gás em Lisboa. São estes os primeiros acontecimentos que marcam a origem do que viria a ser a Galp Energia, recordados em algo tão singelo como a fotografia de um homem, no topo de um escadote, a alumiar um dos candeeiros do Terreiro do Paço – uma das imagens mais icónicas do livro O Nosso Tempo.

Acender de candeeiro a gás no Terreiro do Paço, Lisboa (século XIX)



A partir deste acontecimento, uma pesquisa intensa, tanto a nível documental como fotográfico, permitiu aprofundar a informação disponível sobre as origens da Galp Energia. Foi reconstituída a linha do tempo com as principais empresas que ao longo dos anos consolidaram o que é hoje a Empresa, dando destaque aos seus responsáveis e homenageando todos aqueles que fizeram da Galp Energia o que ela é na atualidade.

Pórtico da área de serviço Galp de San Ginero, em Madrid









Brasil

1999 – Constituição da Petrogal Brasil.

Entrada na actividade de exploração e produção no Brasil com a Segunda Rodada de Licitações da Agência Nacional de Petróleos, em parceria com a Petrobrás, iniciada a 30 de Setembro, constituindo assim uma sólida base para o desenvolvimento do valioso património que hoje integra a Petrogal Brasil.

2002 – A Galp Energia já estava presente em quatro blocos na Bacia de Santos: Tupi, Iara e Iracema, no bloco BM-S-11, Júpiter, no BM-S-24, Bem-te-vi, no BM-S-8, e Caramba, no BM-S-21.

2006 – Deu-se a maior descoberta petrolífera desde os anos 60, no poço Tupi foram confirmados volumes recuperáveis de petróleo e gás natural entre 5000 a 8000 mil barris equivalentes de petróleo.

2008 – É aprovada a implementação do teste de longa duração e do projecto-piloto em Tupi na Bacia de Santos.

2009 – O teste de longa duração teve início a 1 de Maio, prolongando-se por um período de 18 meses com uma produção estimada de 20000 barris de petróleo por dia.

2010 – O projecto-piloto entra em funcionamento em Outubro, com uma produção estimada até 100000 barris por dia.

Flare da Fábrica III da Refinaria de Sines

Moçambique

2007 – Entrada em Timor-Leste e Moçambique. A Galp Energia garante a sua presença em bacias offshore de elevado potencial.

2011 – É perfurado o primeiro prospecto em Moçambique.

Timor-Leste

2010 – É executado o primeiro poço de exploração em Timor-Leste.



Vista nocturna das novas unidades da refinaria de Sines

Ficha Técnica

Pesquisa, escrita e edição – Carlos Oliveira Santos

Design gráfico – Henrique Cayatte Design, com colaboração de Mónica Lameiro e de Pedro Gonçalves

Coordenação editorial – Rita Macedo e Suzana Barreto

Edição de fotografia e iconografia – Manuel Aguiar

(com recurso ao Arquivo Galp Energia, Fundação Mário Soares, Arquivo Nacional da Torre do Tombo, Biblioteca Nacional, coleção da Família Queiroz Pereira, Centro Português de Fotografia, Getty Images, Corbis/VMI e Shutterstock Images).

Revisão tipográfica- Ayala Monteiro

Impressão – Norprint

Apresentação (design) - Joana Gonçalves



Anexo 11 – Sinopse do Livro “A História da Refinação em Portugal”
(criação minha)

HISTÓRIA DA REFINAÇÃO EM PORTUGAL

Uma edição de:



fundação
galp energia

Apresentação

“O título deste livro resume em poucas palavras o seu propósito mas, de uma forma mais alongada, pode-se dizer que a “História da Refinação em Portugal” pretende não só relatar os vários episódios que marcam a cronologia deste setor no nosso País, bem como dar a conhecer as personagens que habitaram, e continuam a habitar, o universo das refinarias nacionais, o qual, aliás, vai muito além das fronteiras físicas que separam estas unidades fabris do resto do Mundo.

É isso que o livro ilustra, com depoimentos, imagens e, acima de tudo, com a colaboração de todos os que vão construindo a Galp Energia do amanhã.



Refinaria de Sines





Cronologia da
"História da Refinação
em Portugal"

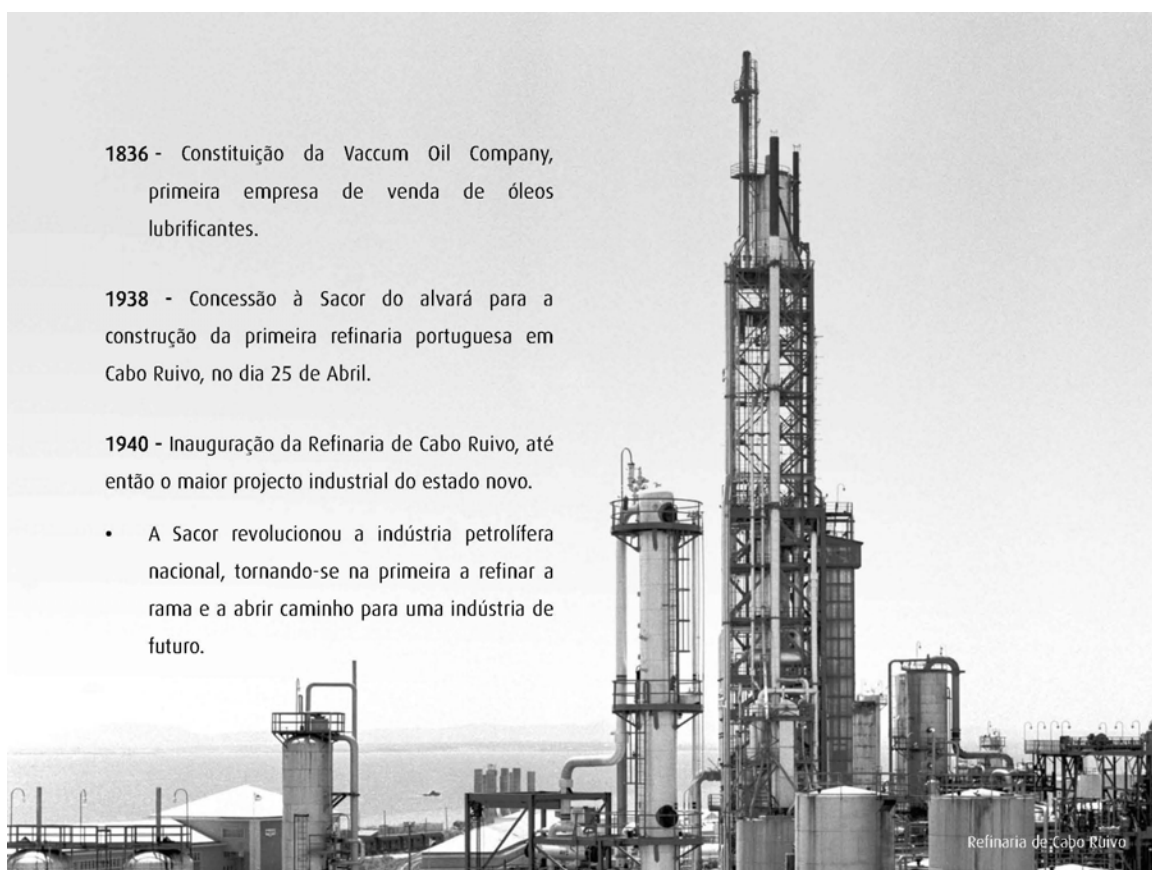
Refinaria de Cabo Ruivo

1836 - Constituição da Vacuum Oil Company, primeira empresa de venda de óleos lubrificantes.

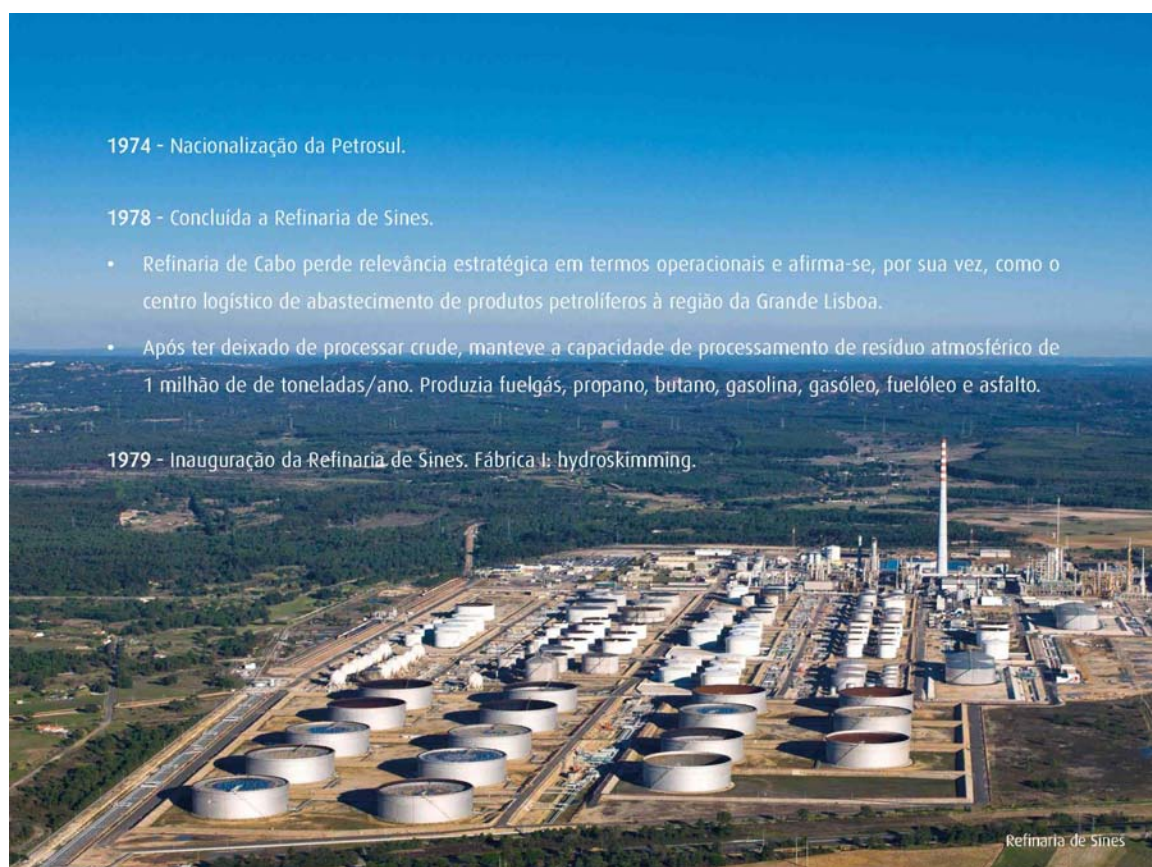
1938 - Concessão à Sacor do alvará para a construção da primeira refinaria portuguesa em Cabo Ruivo, no dia 25 de Abril.

1940 - Inauguração da Refinaria de Cabo Ruivo, até então o maior projecto industrial do estado novo.

- A Sacor revolucionou a indústria petrolífera nacional, tornando-se na primeira a refinar a rama e a abrir caminho para uma indústria de futuro.



Refinaria de Cabo Ruivo



1991 - Decisão de construção da Fábrica II em Sines: um grande investimento que integrava a construção do FCC (Fluid Catalytic Cracker) e do complexo de alquilação.

1992 - Privatização da Petrogal.

1994/95 - A Fábrica II da Refinaria de Sines inicia operações.

Expo 98 - Encerramento da Refinaria de Cabo ruivo e de toda a infra-estrutura logística que lhe estava associada.

- Para substituir a armazenagem e toda a logística associada a este complexo, construiu-se o parque de produtos petrolíferos de Aveiras de Cima, ligado à Refinaria de Sines por um pipeline multiprodutos.



2006/2007 - Tomada de decisão sobre a configuração do sistema de refinação da Galp Energia numa óptica de longo prazo, conclui-se a cerca das vantagens do aprofundamento processual integrado das refinarias de Sines e Matosinhos.

Solução de integração definitiva das duas refinarias: Matosinhos produziria gasóleo de vácuo para ser processado na refinaria de Sines onde seria construído o hydrocracker.

Determinação da construção da Fábrica III da Refinaria de Sines, investimento orientado para o aumento da produção de destilados médios (gasóleos e jet).

2011/2012 - Conclusão do complexo de cogeração e das unidades de Vácuo e de Viscosredução.

2012 - Conclusão do projecto de conversão das refinarias de Matosinhos e Sines. Início de uma nova era na refinação portuguesa.



Ficha Técnica

Edição – Fundação Gap Energia

Coordenação editorial – Rita Macedo e Suzana Barreto

Edição de texto – Rita Macedo

Coordenação, investigação, desenvolvimento e textos – Miguel Satúrio Pires

Edição e pesquisa fotográfica – © Manuel Aguiar (com recurso ao Arquivo Documental do Gabinete da Área de Sines, Arquivo Municipal da Câmara Municipal de Matosinhos, Istockphoto/Stock.xhng, Martins Pereira, Luís Vieira)

Design – Henrique Cayatte Design, Ana Machado (produção) e Mónica Lameiro com a colaboração de Manuel Cluny (design)

Revisão – Rui Eduardo Paes

Impressão – Greca

Apresentação (design) - Joana Gonçalves com a colaboração de Rita Costa Neves



Anexo 12 – Galeria Virtual de “Quadros e Tapeçarias” (criação minha)

Você está aqui: [Início](#) > [Sobre nós](#) > ... > [Quadros e tapeçarias](#) > [Pinturas](#)

Mapa do site | [Acessibilidade](#) | [PT](#) | [EN](#) | [ES](#)

[Sobre nós](#) | [Produtos e serviços](#) | [Sustentabilidade](#) | [Investidor](#) | [Media](#) | [Carreiras](#)

galp energia

Newsletter | Alertas | RSS

Pesquisar

partilhar | imprimir | enviar | guardar | ouvir

Ação Galp Energia

Desculpe. Dados indisponíveis no momento.

[+ informação](#)

SOBRE NÓS

[« voltar à Fundação Galp Energia](#)

Sobre a Fundação

Atividades da Fundação

Coleção de obras de arte - Galeria virtual

Quadros e tapeçarias

Outras obras de arte

Projeto da ponte sobre a 2ª Circular

Contatos

Pinturas

A promoção e conservação do património histórico e artístico é um dos mais importantes eixos de atuação da Fundação Galp Energia.

O conjunto de quadros que aqui se apresentam foram doados à Fundação pelo grupo Galp Energia e representam um pouco da sua história, com peças provenientes da Petrogal, da integração da Transgás e da aquisição dos ativos da ESSO.

Artur Bual (1926 - 1999)

Bernardo Marques (1899 - 1962)

Carlos Boteiho (1964)

Celestino Alves (1913 - 1974)

Cruz Filipe (1934)

Dórdio Gomes (1890 - 1976)

Eduardo Hery (1938 - 2013)

Eduardo Viana (1881 - 1967)

Ida David (1955)

J. Martins Correia (1910 - 1999)

João António Palolo (1946 - 2000)

João Hogan (1914 - 1988)

Jorge Barradas (1984 - 1971)

Jorge Martins (1940)

Manuel Amado (1938)

Manuel Cargaleiro (1927)

Milly Possoz (1888 - 1967)

Rosa Carvalho (1952)

Tomás de Mello (1906 - 1990)

Túlio Vitorino (1896 - 1969)

António Lino (1896 - 1974) - Tapeçaria

Daniele Moser (1941) - Tapeçaria

Joaquim Rebocho (1912) - Tapeçaria

José de Guimarães (1936) - Tapeçarias

Marcello de Moraes - Tapeçaria

Nadir Afonso (1920) - Tapeçaria

Paul Mathieu (1953) - Tapeçaria

Pinto Coelho (1942 - 2001) - Tapeçaria

Renato Torres (1913 - 1974) - Tapeçaria

Contatos

Fundação Galp Energia

Rua Tomás da Fonseca,
T.C. 15º piso
1600-209 Lisboa
Portugal

[Formulário de contacto](#)
Tel: 217 240 551
Fax: 217 242 976

Os nossos negócios
Refinaria de Sines
Presença no mundo
Campanhas publicitárias
Power: Marca e comunicação
Projetos: Órgãos
sociais: O negócio da
eletricidade em Portugal
Comissão executiva: O
Grupo Galp
Energia: Contactos
corporativos: A Galp
Energia num
relance: Conselho de
administração: Fundação
Galp Energia

Glossário energia +
Conversor unidades +
Comentar / sugerir +
Partilhar +

Publicações

A empresa

Perfil
Órgãos sociais
Os nossos negócios
Sustentabilidade
Fundação Galp Energia

Investidores

Ação Galp Energia
Dados chave
Análises
Últimos resultados
Comunicados

Media

Comunicados
Galeria de imagens
Preços dos combustíveis
RSS
Newsletter

Clientes

Pesquisa de postos Galp
cartãofast
Balcão digital clientes gás
Galp Frota on-line
Soluções on-line empresas

Promoções

Postos Galp
Galp On electricidade + gás
cartãofast
GPL Auto
Gasóleo colorido

© 2010 Galp Energia


[Contactos](#) | [Sugestões e reclamações](#) | [Perguntas frequentes](#) | [Mapa do site](#) | [Acessibilidade](#) | [Notas legais](#) | [Privacidade](#)

Anexo 13 – Galeria Virtual de “Outras Obras de Arte” (criação minha)

Você está aqui: [Início](#) > [Sobre nós](#) > ... > [Outras obras de arte](#) > Outras Obras de Arte

Mapa do site | Acessibilidade | PT | EN | ES

[Sobre nós](#) | [Produtos e serviços](#) | [Sustentabilidade](#) | [Investidor](#) | [Media](#) | [Carreiras](#)



galp energia

Newsletter | Alertas | RSS

Pesquisar

partilhar imprimir enviar guardar ouvir

Ação Galp Energia

Desculpe. Dados indisponíveis no momento.

[+ informação >](#)

SOBRE NÓS

[voltar a Fundação Galp Energia](#)

Sobre a Fundação

Atividades da Fundação

Coleção de obras de arte - Galeria virtual

Quadros e tapeçarias

Outras obras de arte


Projeto da ponte sobre a 2ª Circular

Contactos


Outras Obras de Arte

A promoção e conservação do património histórico e artístico é um dos mais importantes eixos de atuação da Fundação Galp Energia.

O conjunto de quadros que aqui se apresentam foram doados à Fundação pelo grupo Galp Energia e representam um pouco da sua história, com peças provenientes da Petrolgal, da integração da Transgás e da aquisição dos ativos da ESSO.




Joaquim Correia (1920 - 2013)




Companhia das Índias Família Rosa



Peças de prata



Mesa



Relógio



Peças de porcelana

Contactos

Fundação Galp Energia

Rua Tomás da Fonseca,
T.C. 15º piso
1600-209 Lisboa
Portugal

Formulário de contacto
Tel: 217 240 551
Fax: 217 242 976

Conselho de administração
Órgãos Sociais Marca
e comunicação Comissão
executiva Projetos O
Grupo Galp
Energia Os nossos
negócios Refinaria
de Sines Contactos
corporativos Campanhas
publicitárias **A Galp
Energia num
relance** Power
Fundação Galp
Energia O negócio da
eletricidade em Portugal
Presença no mundo

[Glossário energia](#) +

[Conversor unidades](#) +

[Comentar / sugerir](#) +

[Partilhar](#) +

Publicações ▼

A empresa Perfil Órgãos sociais Os nossos negócios Sustentabilidade Fundação Galp Energia	Investidores Ação Galp Energia Dados chave Analistas Últimos resultados Comunicados	Media Comunicados Galeria de imagens Preços dos combustíveis RSS Newsletter	Clientes Pesquisa de postos Galp cartãofast Balcão digital clientes gás Galp Frota on-line Soluções on-line empresas	Promoções Postos Galp Galp On electricidade + gás cartãofast GPL Auto Gasóleo colorido
---	---	---	--	--

© 2010 Galp Energia

[Contactos](#) | [Sugestões e reclamações](#) | [Perguntas frequentes](#) | [Mapa do site](#) | [Acessibilidade](#) | [Notas legais](#) | [Privacidade](#)

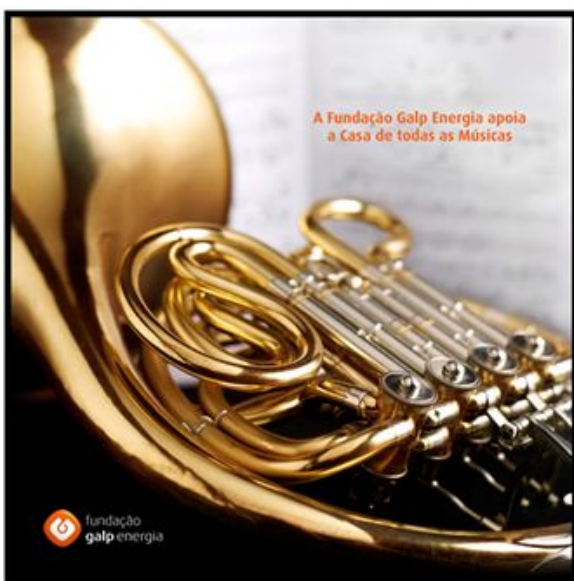
Anexo 14 – Passatempo CD Casa da Música



06-11-2013 n.º 163

Passatempo da Fundação Galp Energia

Casa da Música – CDs do Ciclo de Jazz Galp



A Fundação Galp Energia é parceira da Casa da Música desde 2009 tendo apoiado os Ciclos de Jazz de 2010 e 2011 e, desde 2012, acompanha e apoia as atividades do Serviço Educativo.

Este projeto mais amplo de apoio à cultura musical centra-se na componente didática do convívio com a arte musical. Com um programa de reconhecido mérito nacional e internacional, o Serviço Educativo proporciona, a todos os públicos, experiências que levam à descoberta da música como

universo de prazer e conhecimento, de realização pessoal e comunicação com o outro.

Para assinalar a renovação desta parceria, a Fundação vai sortear 12 exemplares do CD comemorativo do último Ciclo de Jazz que se realizou em 2011.

Para se candidatar a receber um exemplar deste CD, basta que responda corretamente, até às 18 horas de quinta-feira dia 7, à seguinte pergunta:

Como se chama a maior sala de espetáculos da Casa da Música, conhecida por possuir as mais exigentes condições técnicas e acústicas?

- Sala 1
- Sala Preto e Prata
- Sala Suggia

Anexo 15 – Propostas de alterações a fazer na página da FGE

ALTERAÇÕES A FAZER NO SITE DA FUNDAÇÃO GALP ENERGIA

→ HOME PAGE

- TROCAR A IMAGEM DE APRESENTAÇÃO JOANA ESCOLHE E APRESENTA A EQUIPA PARA DECISÃO FINAL
- REFORMULAR / REDUZIR TEXTO DE APRESENTAÇÃO DRA ELSA.
- REORGANIZAR / ATUALIZAR OS BANNERS PRESENTES NA HOME PAGE. JOANA
- ATUALIZAR AS NOTÍCIAS. PEDIR A ANA TODAS AS NOTÍCIAS, JOANA COLOCAR ONLINE
- RE-ORGANIZAR O MENU LATERAL JOANA (PAVIR COM NUNO CARDOSO E ANTÓNIO EM CASO DE DIFICULDADE)

→ ATIVIDADES DA FUNDAÇÃO

- SEPARAR TODAS AS ATIVIDADES E ORGANIZÁ-LAS POR ÂMBITO JOANA.
- CRIAR SEPARADORES PARA CADA ÂMBITO. JOANA
- ESCOLHER UMA NOVA IMAGEM DE APRESENTAÇÃO PARA O SEPARADOR E TAMBÉM NOVAS IMAGENS PARA OS SUB-SEPARADORES DOS ÂMBITOS DE ATUAÇÃO JOANA ESCOLHE E APRESENTA A EQUIPA PARA DECISÃO FINAL
- ATUALIZAR O HISTÓRICO JOANA
- SINTETIZAR TODA A INFORMAÇÃO DRA ELSA + ANA RESENDE

→ SOBRE A FUNDAÇÃO

- ATUALIZAR OS ORGÃOS SOCIAIS. JOANA
- FAZER UMA BREVE APRESENTAÇÃO DA FGE (ALTERAR OS ÂMBITOS DE ATUAÇÃO) DRA ELSA FAZ OS TEXTOS, JOANA IMAGEM E COLOCA ONLINE
- NO SUB-SEPARADOR DAS INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS (MEHORAR GRAFICAMENTE TODOS OS DOCUMENTOS OFICIAIS) JOANA (IR FAZENDO AO LONGO DOS MESES - SÃO DOCUMENTOS MUITO LONGOS E EXIGEM TEMPO PARA O DESIGN E RESOLTA DE IMAGENS)

→ COLEÇÃO DAS OBRAS DE ARTE

- ATUALIZAR E REFAZER TODA A GALERIA JOANA (PAVIR COM NUNO CARDOSO E ANTÓNIO CRUZ EM CASO DE DIFICULDADE)

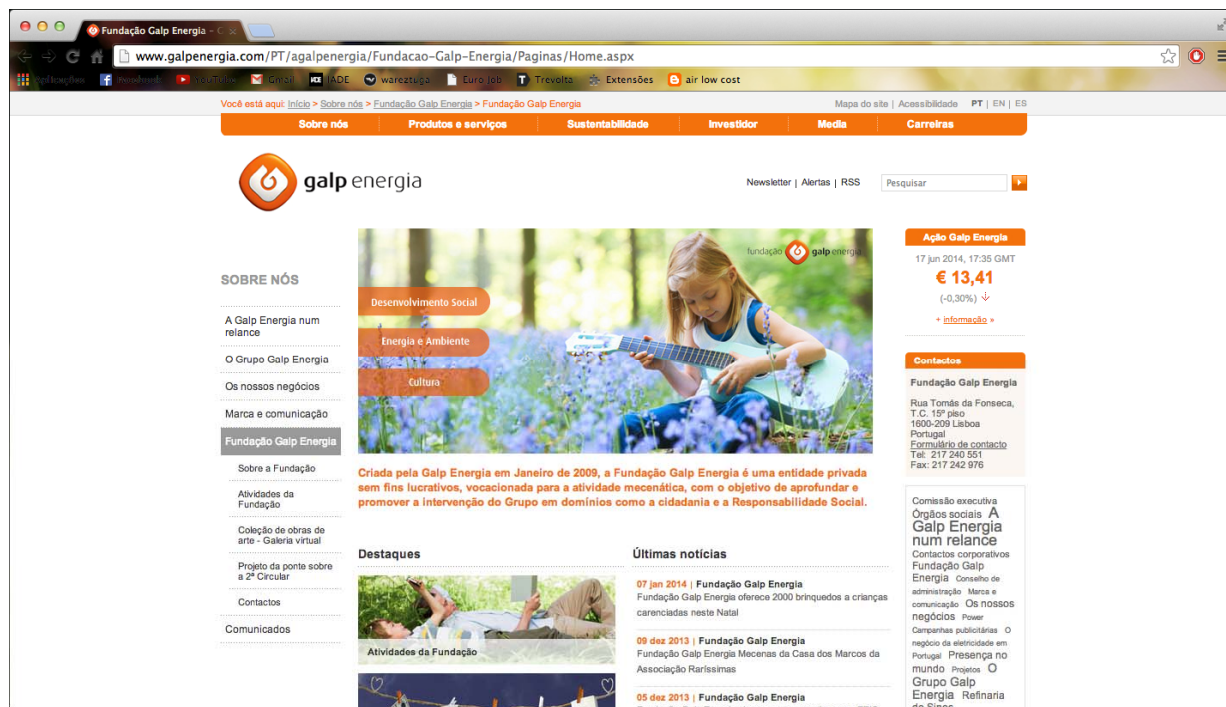
→ CONTACTOS

- ATUALIZAR



fundação
galp energia

Anexo 16 – Vídeo de apresentação da nova página de *internet* da FGE



O vídeo completo segue em formato digital.

Anexo 17 – Apresentação da Fundação Galp Energia (criação minha)



1 // Missão e Objetivos

Vocacionada para a atividade mecenática, a Fundação Galp Energia visa aprofundar e promover a intervenção do Grupo em matérias de cidadania e Responsabilidade Social respondendo, igualmente, aos seguintes desafios:

- » Otimização fiscal dos apoios concedidos;
- » Aproximação da Empresa à sociedade civil;
- » Melhoria da imagem e reputação do Grupo;
- » Otimização de recursos.

Recentemente a Fundação reviu os seus âmbitos de atuação e princípios nos quais baseia a sua atividade orientando-os em conformidade com os seus atuais Estatutos e atividade desenvolvida:

// Âmbitos de atuação

Desenvolvimento Social	Cultura	Energia e Ambiente
Emergência Social	Apoio às Artes	Valorização do Patrimônio Histórico e Artístico
Educação e Conhecimento	Valorização do Patrimônio Histórico e Artístico	Promoção da Mobilidade Urbana Sustentável

// Princípios orientadores

Princípios	Equidade, Racionalidade e Eficácia Operacional
Missão	Servir a comunidade e o seu desenvolvimento sustentado, intervindo no âmbito da Responsabilidade Social



1 // Atividades

Dada a natureza da sua atividade, e o forte escrutínio a que o setor fundacional está sujeito na atualidade, a Fundação vê-se obrigada a cumprir, regularmente, um conjunto específico de imperativos de report a diferentes entidades oficiais, por forma a poder prosseguir a sua atividade.

Assim, além da necessária prestação e validação das suas contas por auditoria externa, pelo novo enquadramento legal, está ainda obrigada a:

1. Apresentar o seu Relatório anual de atividades à Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministros (PCM);
2. Efetuar anualmente o pedido de reconhecimento dos projetos de âmbito Cultural a desenvolver, a solicitar à Secretaria de Estado da Cultura;
3. Demonstrar práticas de transparência disponibilizando permanentemente no seu site de Internet todos os seus documentos oficiais e Relatórios e Contas dos últimos três anos;
4. Solicitar renovação do Estatuto de Utilidade Pública a cada cinco anos;
5. Dar resposta a todas as solicitações da tutela, a título de exemplo, está prevista a realização, em 2014, de um novo Censo às Fundações, processo de elevada complexidade e volume de informação solicitada.



2 // Estatuto de Utilidade Pública - EUP

Definição

"São pessoas coletivas de utilidade pública as associações, fundações ou cooperativas que prossigam fins de interesse geral, ou da comunidade nacional ou de qualquer região ou circunscrição, cooperando com a Administração Central ou Administração Local, em termos de merecerem da parte desta Administração a declaração de utilidade pública."

A declaração de utilidade pública é da competência do Primeiro-Ministro, atualmente delegada no Ministro da Presidência e dos Assuntos Parlamentares, sendo objeto de despacho publicado no Diário da República. Trata-se de um Processo administrativo que somente poderá ocorrer após 3 anos de atividade permanente e regular da Fundação.

Efeitos e implicações para a FGE

É uma forma consagrada na lei para apoio ao associativismo que se traduz na concessão de regalias a algumas entidades sem fins lucrativos, nomeadamente:

- » Vantagens fiscais
- » Isenção de algumas taxas e impostos
- » Garantia de credibilidade junto da comunidade

fundação  galp energia



2 // Estatuto de Utilidade Pública - EUP

Processo de Formalização da Fundação – principais marcos



fundação  galp energia



3 // Reconhecimento de Interesse Cultural

O que é?

A atividade a desenvolver na vertente social encontra-se enquadrada pelo EUP, no entanto, a atuação no domínio cultural necessita do reconhecimento da respetiva Tutela para que possa ser majorada em termos fiscais. Assim, sempre que a Fundação promova ou desenvolva projetos de cariz cultural, deve obter da Secretaria de Estado da Cultura, previamente à concessão do financiamento para esses projetos, o reconhecimento do interesse cultural dos mesmos.

Efeitos e implicações para a FGE

A declaração de reconhecimento de interesse da atividade cultural da Fundação é o garante da majoração do custo fiscal do investimento feito nesse domínio. É, assim, através deste documento que a Fundação poderá aceder às vantagens consagradas na Lei do Mecenato.

fundação  galp energia

Em 2013 foram apresentados dois dossiers (ANEXO I) relativamente às atividades culturais, conhecidas à altura, a desenvolver no ano corrente. Optou-se, por aconselhamento da área da Fiscalidade, por apresentar os projetos agrupados em dois grandes temas, procurando-se, assim, obter o reconhecimento para cada dossier, ao invés de para cada uma das iniciativas em particular.

2009	2010	2013 - 2018
Constituição da Fundação	Reconhecimento	Estatuto de Utilidade Pública
Até 2012 (inclusive) os projetos foram financiados ao abrigo da Dotação Inicial à Fundação.		A partir de 2013, os projetos são financiados através de dotações anuais, sendo necessário solicitar anualmente a Declaração de Interesse Cultural para as atividades culturais a desenvolver.

fundação  galp energia

4 // Projetos – Âmbito Social

O Estatuto de Utilidade Pública agora obtido garante que o investimento efetuado na área social seja reconhecido automaticamente para efeitos de poupança fiscal. A majoração do custo fiscal é de 130% podendo ir até 150% consoante as vertentes sociais a apoiar.

A aposta nos temas sociais – nas suas diferentes derivações: solidariedade social, promoção da Educação, fomento e melhoria da qualidade de vida dos cidadãos - continua a ser favorável fiscalmente e justificada também pela conjuntura que se vive atualmente.

Investimentos sociais da Fundação em 2013*:

- » EPIS – Empresários pela Inclusão Social – 17.500€/ano
- » Donativo à Associação Bagos d'Ouro – 12.000€ em 2013
- » Ações de doação de equipamentos e bens excedentes da atividade da Empresa – Custos de logística residuais
- » Energia Solidária (doação de gasodomésticos a IPSS's) – Sem custos



4 // Projetos – Âmbito Cultural

As iniciativas a desenvolver no âmbito cultural, serão enquadradas pela declaração de reconhecimento de interesse cultural que deverá ser emitida pela Secretaria de Estado da Cultura.

Em 2013, neste domínio, estão em vigor algumas parcerias externas, mas também um conjunto alargado de iniciativas próprias.

Projetos culturais e entidades apoiadas*:

- » Livros de História da Empresa – Custo médio de 85.000€ por livro
- » Fundação Casa da Música – Serviço Educativo – 75.000€ em 2013
- » Fundação Mário Soares – 50.000€ em 2013
- » Apoio à edição do livro sobre a História Concisa de Angola – 35.000€ em 2013
- » Museu Nacional de Arte Antiga – 30.000€ em 2013
- » Exposição de originais do Arq. Álvaro Leite Siza Vieira – 18.000€ em 2013
- » Exposições internas – Custos de logística residuais
- » Concursos e Passatempos Internos – sem custos
- » Galeria Virtual – sem custos



3 // PROJETOS ESPECIAIS: Causas Positivas – A apoiar a comunidade

Apresentação:

O Programa Causas Positivas, que a Fundação Galp Energia se propõe desenvolver, pretende enquadrar os apoios sociais do Grupo, e foi delineado para responder aos seguintes desafios:

- » Implementação de um mecanismo eficiente e célere de encaminhamento e resposta ao elevado número de pedidos de apoio que chegam mensalmente às várias áreas da Galp Energia. No primeiro semestre de 2013, a Fundação recebeu 685 pedidos de apoio ou propostas de parceria.
- » Definição e divulgação de uma política de apoios do Grupo com critérios transparentes e claros para o público em geral.

Vantagens da implementação deste programa para o Grupo Galp Energia:

Ganhos de eficiência operacional

- » Automatizar o processo de análise e resposta a pedidos, centralizando-o na Fundação;
- » Obter Ganhos de tempo e de eficiência operacional no Grupo pois passa a existir apenas uma entidade a receber e a dar resposta aos pedidos;
- » Enquadrar os apoios prestados pela Fundação Galp Energia na prossecução da sua missão e pela Galp Energia no âmbito da sua política de Responsabilidade Corporativa.



Vantagem Fiscal

- » Com a recente atribuição do EUP à Fundação, garantir benefícios fiscais (majoração de 130% a 150% dos investimentos) de forma direta às suas fundadoras, permitindo assim a gestão mais eficaz dos donativos sociais, na ótica do Grupo.

Ganhos de Goodwill

- » Estruturação de um investimento e de uma resposta consolidada do Grupo GE no domínio da intervenção social serão, tendencialmente, capitalizadas em valorização da reputação do Grupo;
- » Comunicação de forma sustentada dos apoios prestados pelo Grupo, evitando a dispersão de recursos e potenciando as vantagens de uma comunicação mais direcionada;
- » Aumento do capital de simpatia do Grupo junto do público.



Prevê-se dotar este programa de um investimento total de 120.000,00€ (financiado pela DCAI – Patrocínios e Responsabilidade Corporativa), disponibilizado mensalmente de acordo com os temas apoiados a cada mês:

Janeiro	Apoio a pessoas com deficiência (e seus cuidadores)
Fevereiro	Apoio à Vítima
Março	Promoção e Defesa do Ambiente
Abril	Promoção da Saúde
Maio	Promoção das Artes, Cultura e Património
Junho	Apoio e Defesa dos Direitos das crianças
Julho	Envelhecimento ativo
Agosto	Desenvolvimento e Educação juvenil. Combate ao abandono escolar
Setembro	Mobilidade sustentável e uso eficiente e responsável da Energia
Outubro	Combate à Pobreza e Exclusão Social
Novembro	Apoio à Ciência e Investigação
Dezembro	Edição especial Natal - Solidariedade

Projetos selecionados: Os projetos são escolhidos de acordo com os critérios divulgados no Regulamento do Programa e eleitos por um júri composto por um representante da Fundação Galp Energia e dois outros membros do Grupo Galp Energia.

¹⁹ Dossier de apresentação deste projeto pode ser consultado no ANEXO II



5 // Projetos especiais – Núcleo Museológico

Dar a conhecer o nosso Património

A Fundação Galp Energia é detentora de uma coleção de peças antigas oriundas das várias áreas e negócios do Grupo que se encontram armazenadas no antigo laboratório da Refinaria de Matosinhos.

Tendo em vista a recuperação e dignificação deste património e o seu aproveitamento museológico, a Fundação propõe a criação de um Núcleo Museológico na Refinaria de Matosinhos que permitirá a sua divulgação a colaboradores e visitantes. Os trabalhos envolvem:

- » Obra civil simples no espaço físico – recorrendo a empreiteiro e arquiteto da Refinaria;
- » Intervenção na coleção de peças (limpeza, inventariação e registo, reparação, investigação histórica, etc.) – com acompanhamento especializado de museologia;
- » Organização de exposição em percurso museológico nas instalações do antigo laboratório.



